

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
Інститут промислових та бізнес технологій (ІПБТ)
Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ), м. Дніпро
Українська асоціація управління проектами «УКРНЕТ», м. Київ
Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності (НДІВ)
Національної академії правових наук України (НАПрН України), м. Київ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ
Національний технічний університет України «Харківський політехнічний інститут»
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
університет імені Ігоря Сікорського», м. Київ
Одеський національний морський університет (ОНМУ), м. Одеса
Честоховський політехнічний університет, Польща
Uniwersytet Warszawski, Warszawa, Polska Rzeczpospolita, Польща;
Вища школа менеджменту у Варшаві, (WSM), Польща
Вища економіко-гуманітарна школа (WSEH) м. Бельсько-Бяла, Польща
Вища школа управління охороною праці в місті Катовіце, (WSZOP), Польща
Університет в Мішкольце, Угорщина
Інститут підвищення кваліфікації, Будапешт, Угорщина
Astana IT University, Kazakhstan
за підтримки:
Центр Українсько-європейського наукового співробітництва
Видавничий дім «Гельветика»
Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України
Юридична компанія «ЮРСЕРВІС», м. Дніпро



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
МІСТ «КИЇВ-ДНІПРО»
«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙПРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ»,
21-22 березня 2024 р.

ДНІПРО
УДУНТ
2024

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
м. КИЇВ і ДНІПРО

**УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ**

21-22 березня 2024 р.

ДНІПРО
УДУНТ
2024

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]
У 67

Конференція запроваджена МОН України, лист Інституту модернізації змісту освіти
МОН України № 21/08-57 від 12.01.2024 року за № 90 у переліку.

Матеріали публікуються за оригіналами, наданими авторами.
Претензії до організаторів не приймаються.

Головний редактор д.т.н., проф. Петренко В. О.
Науковий редактор д.т.н., проф. Молоканова В. М.
Науковий редактор к.т.н., доц. Дорожка Г. К.

Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансфер технологій : зб. наук. пр. VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (21–22 берез. 2024 р.) / за ред. В. О. Петренка, В. М. Молоканової, Г. К. Дорожка ; УДУНТ, УКРНЕТ, НДПВ НАПрН України. – Дніпро : Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2024. – 796 с.

У збірнику наукових праць наведені матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансферу технологій». Збірник наукових праць становить інтерес для наукових працівників, викладачів, фахівців з інтелектуальної власності та управління проектами, а також студентів.

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]



Цей твір ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons
[«Attribution-NonCommercial-ShareAlike» 4.0 International \(CC BY-NC-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)
[\(«Із зазначенням авторства – Некомерційна – Поширення на тих самих умовах» 4.0 Міжнародна\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

ISBN 978-617-7440-41-2
DOI 10.15802/978-617-7440-41-2

© Український державний університет науки і технологій, 2024
© Українська асоціація управління проектами, 2024
© Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності
Національної академії правових наук України, 2024
© Колектив авторів збірника, 2024

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

- РАДКЕВИЧ А.В.** – голова, доктор технічних наук, професор, перший проректор Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ);
- ПРОЙДАК Ю.С.** – співголова, доктор технічних наук, професор, проректор з наукової роботи Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ);
- БУШУЄВ С.Д.** – співголова, президент Української асоціації управління проєктами «УКРНЕТ», доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри управління проєктами Київського Національного університету будівництва та архітектури;
- ДОРОШЕНКО О.Ф.** – співголова, канд. юридичних наук, директор Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності НАПрН України;
- ПЕТРЕНКО В.О.** – заступник голови, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами УДУНТ, модератор конференції;
- ДОРОЖКО Г.К.** – заступник директора НДПВ НАПрН України, кандидат технічних наук, доцент, модератор конференції;
- МОЛОКАНОВА В.М.** – доктор технічних наук, професор кафедри системного аналізу та управління Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»; модератор конференції;
- КОРОГОД Н.П.** – кандидат педагогічних наук, професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами УДУНТ;
- ВІХЛЯЄВ М.Ю.** – доктор юридичних наук, професор, директор Центру Українсько-європейського наукового співробітництва;
- ПЕРЕРВА П.Г.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», професор університету в Мішкольце (Угорщина), модератор конференції;
- КОБЄЛЄВА Т.О.** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут» модератор конференції;
- ЗАВГОРОДНЯ О.О.** – доктор технічних наук, професор, професор кафедри міжнародна економіка і соціально-гуманітарні дисципліни ІПБТ УДУНТ;
- ЛАПКІНА І.О.** – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри управління логістичними системами і проєктами Одеського національного морського університету;
- КОЗЕНКОВ Д.С.** – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри управління та адміністрування УДУНТ;
- ЮРЧИШИН О.Я.** – кандидат технічних наук, доцент, директор Департаменту інновацій та трансферу технологій НТУ України «КПІ імені Ігоря Сікорського»;

ЗМІСТ

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА ПРОГРАМАМИ

S. D. BUSHUYEV, A.V. IVKO

PRINCIPLES OF SYNCRETIC PROJECT MANAGEMENT..... 17

TETIANA HILORME

IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE ENERGY SAVING PROJECTS OF THE ENTERPRISES 21

**V.L. KHOMENKO, O.A. PASHCHENKO, YE.A. KOROVIAKA,
M.M. PASHCHENKO, T.P. MEDVEDOVSKA**

STRATEGIC INSIGHTS INTO PROJECT LIFECYCLE MANAGEMENT..... 25

**O.A. PASHCHENKO, V. L. KHOMENKO, YE. A. KOROVIAKA,
M.M. PASHCHENKO, T.P. MEDVEDOVSKA**

TECHNOLOGICAL ADVANCEMENTS IN PROJECT LIFECYCLE MANAGEMENT.....32

E.S. SHEIN, P.G. PERERVA

STARTUP STUDIO OF INNOVATIVE PROJECTS..... 39

M.O. TULUPOV

THE VALUE OF THE IRON AND STEEL WORKS INVESTMENT PROGRAM..... 45

АНДІЄВСЬКА В.О.

ОСОБЛИВОСТІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ СТАРТАП-ПРОЄКТУ..... 51

БІБІК С.І.

АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЇ РОБОТИ СТАНЦІЇ «КОР» В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....56

БІЛОЦЕРКІВЕЦЬ В.В., ЗАВГОРОДНЯ О.О., ЖМУРЕНКО В.Г.

МІЖНАРОДНІ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЯК БАЗОВИЙ КОНСТРУКТ НАЦІОНАЛЬНИХ ПРОГРАМ І ПРОЄКТІВ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ..... 62

БУЛАВІН Д.О., ПЕТРЕНКО В.О.

КОНЦЕПЦІЯ ІНТЕГРАЦІЇ СВИТОГЛЯДНИХ ЦІННОСТЕЙ В МЕТОДОЛОГІЮ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ..... 69

ЧЕРНИШЕНКО О.І., КОБЄЛЄВА Т.О.
*ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА СОБІВАРТІСТЬ
ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ.....680*

**ІНФОРМАЦІЙНЕ, ДОКУМЕНТАЛЬНЕ, ПАТЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ, НАУКОВИХ
ОРГАНІЗАЦІЙ ТА НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

А.О. КОПУТСІА, Т.О. КОВІЄЛІЄВА
*PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE INFORMATION
TECHNOLOGY MARKET IN UKRAINE.....687*

БАБЕНКО В.А., ГАЛАНЦЬКА О.О.
*ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ, ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА ДОКУМЕНТАЛЬНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ
ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗВО УКРАЇНИ.....693*

КМЕТИК-ПОДУБІНСЬКА Х.І.
НОВАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА У СФЕРІ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ.....703

КОРОГОД Н.П.
*МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ШЛЯХИ
ВДОСКОНАЛЕННЯ І РОЗВИТКУ.....710*

КОРОЛЬОВ В.М., ШАТОВ С.В.
*ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РОЗРОБКУ ПРОЄКТУ РЕКОНСТРУКЦІЇ
ЛІКУВАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ «СОЛОНІЙ ЛИМАН» (С. НОВОТРОЇЦЬКЕ).....719*

ЛИСЕНКО Т.І., МИРОНЕНКО М.А., УСІЧЕНКО І.В.
*БІЗНЕС-СТРАТЕГІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ПОНАД 350-ЛІТНЬОЮ
ІСТОРІЄЮ.....726*

МИЩЕНКО Т.М., МИРОНЕНКО М.А.
*ПАТЕНТНО-ТЕХНІЧНИЙ ВІДДІЛ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ
УНІВЕРСАЛЬНОЇ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ – ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА
СКАРБНИЦЯ ПРИДНІПРОВ'Я.....730*

МОЖАЙКІНА Н.В., МИЩЕНКО А.Ю.
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У СУЧАСНОМУ СВІТОВОМУ

**МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ШЛЯХИ
ВДОСКОНАЛЕННЯ І РОЗВИТКУ**

Н.П. Корогод

к.пед.н., професор, професор, кафедри інтелектуальної власності та
управління проектами

Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)
ORCID 0000-0002-0242-5497

**MARKETING ACTIVITIES IN THE FIELD OF INTELLECTUAL
PROPERTY OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION: PROBLEMS,
WAYS OF IMPROVEMENT AND DEVELOPMENT**

N. P. Korogod

candidate of pedagogical sciences, professor of the department of intellectual
property and project management of

The Ukrainian State University of Science and Technologies (Dnipro)
ORCID 0000-0002-0242-5497

***Анотація:** розглянуто особливості формування, розвитку і вдосконалення маркетингової діяльності у сфері інтелектуальної власності закладу вищої освіти. Визначено, що в системі маркетингу інтелектуальної власності основними складовими є комплекс маркетингу, комерціалізація інтелектуальної власності та трансфер технологій на основі встановлення тісного взаємозв'язку між закладами вищої освіти і підприємствами. Серед необхідних умов для ефективного функціонування такої системи мають бути: розробка стратегії розвитку закладів вищої освіти у напрямку наукових досліджень і винахідництва; правової охорони й захисту та ефективного використання ІВ, що створюється; врахування інтересів як закладу вищої освіти, так і авторів та інвесторів; забезпечення необхідних умов для передачі технологій та об'єктів права інтелектуальної власності до промисловості за допомогою створення необхідної інфраструктури для здійснення патентно-ліцензійної діяльності.*

***Ключові слова:** маркетингова діяльність, інтелектуальна власність, заклад вищої освіти, комплекс маркетингу, результати наукових досліджень, маркетингові дослідження, комерціалізація, трансфер технологій, ліцензійний договір, угода.*

***Abstract:** features of the formation, development and improvement of marketing activities in the field of intellectual property of a higher education institution are considered. It is determined that in the system of intellectual property marketing the main components are the marketing complex, commercialization of intellectual property and technology transfer on the basis of establishing a close*

relationship between higher education institutions and enterprises. Among the necessary conditions for the effective functioning of such a system should be: development of a strategy for the development of a higher education institution in the direction of scientific research and invention; legal protection and protection and effective use of intellectual property, what is being created; taking into account the interests of both a higher education institution and authors and investors; ensuring the necessary conditions for the transfer of technologies and objects of intellectual property rights to industry through the creation of the necessary infrastructure for patent and licensing activities.

Keywords: *marketing activities, intellectual property, higher education institution, marketing complex, research results, marketing research, commercialization, technology transfer, license agreement, agreement.*

Однією з умов ефективної реалізації стратегічного бачення розвитку сучасних технічних університетів має бути наявність єдиної внутрішньої політики в області створення і використання результатів наукової, інтелектуальної діяльності. Важливою складовою цієї політики повинно стати розуміння щодо необхідності витрат на навчання фахівців і науково-педагогічних працівників правовим, фінансовим та організаційним аспектам створення і функціонування ефективної системи маркетингу інтелектуальної власності (ІВ). Ця система має бути спрямована на маркетинг і продаж інновацій, пошук покупців ліцензій на їх використання, розробку стратегій управління ІВ та встановлення тісного взаємозв'язку між закладами вищої освіти і підприємствами. Важливе місце в зазначеній системі, на наш погляд, має відводитися таким складовим маркетингової діяльності, як комерціалізація інтелектуальної власності й трансфер технологій.

Творча, науково-дослідна діяльність у закладах вищої освіти (ЗВО), особливо технічних, спрямована на створення саме такої інтелектуальної власності, розробку нових конкурентоздатних інноваційних технологій і передачу їх до промисловості. Комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності (ОПІВ), стає ефективним механізмом їх просування на основі договорів і ліцензійних угод, перетворюється за сучасних умов на перспективний та дієвий засіб зростання доходів і завоювання нових ринків.

Адже створення конкурентоздатної продукції неможливе без застосування інновацій. Вони стають визначальними перевагами в конкурентній боротьбі, мотивують до створення нових технологій [1].

Слід зазначити, що управління ІВ – це діяльність, спрямована на отримання кінцевого результату – прибутку або іншої користі внаслідок створення та використання ОПІВ в усіх галузях економіки. І галузь освіти та науки також спеціалізується на ОПІВ. У цьому специфічному виді діяльності може брати участь автор, але організувати цей процес покликані інші – фахівці-менеджери з комерціалізації ІВ, трансферу технологій та інноваційної діяльності. В Україні є ряд закладів вищої освіти, що проводять підготовку таких фахівців у рамках освітньої програми «Інтелектуальна власність». У цьому полягає надзвичайна роль ЗВО, що забезпечують країну фахівцями у сфері інтелектуальної власності.

В умовах ЗВО комерціалізацію ІВ слід розглядати як реалізацію результатів науково-технічної, інноваційної діяльності, зокрема у вигляді ОПІВ, з метою отримання певної вигоди. При цьому в загальному розумінні механізм комерціалізації результатів інноваційної діяльності - це упорядкована сукупність нормативно-законодавчих актів, факторів, принципів і методів формування й функціонування системи управління процесом комерціалізації, спрямованої на отримання прибутку від ринкової реалізації майнових прав інтелектуальної власності з урахуванням інтересів широкого кола зацікавлених сторін [2]. Купівля-продаж об'єктів інтелектуальної власності оформляється відповідним договором, що є дієвим інструментом узгодження інтересів суб'єктів господарювання. Відтак, комерціалізація відносин інтелектуальної власності набуває інституціонального оформлення у відповідних ринкових угодах. Угоди на ринку інтелектуальної власності оформляються як передача виключних прав на ці об'єкти. Таким чином, сутнісною особливістю зазначеного ринку є те, що на ньому обертаються не продукти інтелектуальної діяльності, а права на них. Тому і вартість об'єктів ІВ постає як вартість прав, а

об'єктом купівлі-продажу є охоронні документи. Характерними ознаками ринку інтелектуальної власності є: високий ступінь монополізації; висока норма прибутку; багаторічні та глибокі зв'язки покупців і продавців тощо [3].

Маркетинг ІВ – це складний процес, механізми якого ще не до кінця вивчені через специфічний характер інтелектуального товару. Вважається, що трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт (технологію), придатний для виробництва і ринку, є досить важким етапом у ланцюгу, що зв'язує науку і винахідника зі споживачем [4]. Як уже зазначалось, цей процес може здійснюватися через передання (продаж) прав користування ОПІВ за ліцензійним договором, але економічно більш вигідно мати справу з інноваційною продукцією (товари чи послуги) на основі використанням об'єктів промислової власності. ЗВО може, наприклад, разом з інноваційним партнером створити спінінгову компанію, яка доводить об'єкт ІВ, наприклад винахід, до технології, що потім продається промисловому підприємству на умовах участі у прибутку від виробленої продукції. На сучасному етапі розвитку економіки поняття технології (інноваційної розробки, ОПІВ) нерозривно пов'язане з поняттям трансферу. Зрозуміло, що розробка інноваційних технологій здійснюється на основі ОПІВ. Трансфер технологій – це передача науково-технічних знань і досвіду для надання науково-технічних послуг, застосування технологічних процесів, випуску продукції. А галузь науки, до якої відносять ЗВО, є головним рушієм інновацій та нових технологій, що передаються у сферу ділової активності – підприємництву.

Зазначимо, що ринок інноваційної продукції (ОПІВ, технологій) охоплюється певним комплексом дій та заходів, так званим комплексом маркетингу. Комплекс маркетингу або маркетинг-мікс (англ. marketing mix) — це комплекс заходів, які визначають позиціонування продукту на ринку. Зазвичай маркетинг-мікс складається з «чотирьох Р»: (Product, Price, Place, Promotion) продукту, ціни, комунікації (англ. promo) та системи розподілу товару, у нашому випадку - інноваційного. Всі елементи комплексу

взаємопов'язані, а оцінка обраного продукту здійснюється по всім компонентам комплексу. Кожний з елементів включає самостійний комплекс заходів, реалізація яких формує відповідну політику в комплексі маркетингу [5]. Зокрема, політика цін традиційно є одним із головних елементів маркетингу з кількох причин. По-перше, ціна (вартість) – один із головних інструментів у конкурентній боротьбі. По-друге, відповідний рівень цін дає можливість виробникові продати товар, отримати відповідні доходи і прибутки, а споживачеві - цей товар придбати і використати для власної потреби. По-третє, ціна – це просто і точно вимірювана змінна, яка традиційно використовується в усіх економічних розрахунках діяльності підприємств і організацій. По-четверте, ціна – важлива передумова досягнення організацією своїх стратегічних цілей (освоєння ринків чи стратегічних просторів) [6].

Окрім зазначених важливих факторів ефективного здійснення маркетингової діяльності у сфері ІВ, як доводить практика, є організація маркетингових досліджень, які справедливо вважаються запорукою створення більшої кількості можливостей для успішного використання одержаних їх результатів. Зауважимо, що в маркетингових дослідженнях кращих результатів досягає той, хто здійснює творчий підхід, проявляючи ініціативу, знаходячи нові нетрадиційні шляхи цих досліджень. Також слід враховувати, що розробка інноваційного товару потребує значно більшого часу, ніж розробка звичайного товару, тому що включає попередні маркетингові дослідження, патентні дослідження, науково-дослідні роботи, дослідно-конструкторські та технологічні роботи, набуття прав на об'єкти інтелектуальної власності, створення прототипу товару з використанням цього/цих об'єктів, а також його промислове освоєння. Потім ще й необхідно вирішити принципово важливе питання: чи продати або передати права на об'єкт, відмовившись від випуску цього товару, чи виробляти та просувати цей товар на ринок.

Загальновідомо, що вихід на ринок завжди є конкурентною боротьбою. І цей факт необхідно завжди враховувати в маркетинговій діяльності

будь-якої організації. І в цьому ЗВО не є виключенням. Конкуренція - основна відмітна риса ринкових відносин. Одним з найважливіших показників конкурентоспроможності ЗВО є наявність розроблених ОПВ і технологій, інноваційних розробок. Тому ЗВО України усвідомлюють необхідність здійснення активної інноваційної діяльності, результатом якої можуть бути нові ОПВ й технології, і як наслідок - комерціалізація ОПВ і трансфер технологій, процеси, що являють собою основу маркетингу ІВ.

Отже, надзвичайно важливо, щоб наукові, інноваційні розробки, ОПВ та технології, створені в ЗВО, були затребуваними і впроваджуваними на підприємствах. Водночас, існують певні перешкоди при використанні ОПВ, створених за рахунок державного бюджету. З досвіду, більшість цих перешкод можна подолати, отримавши університетом статусу дослідницького. Критерії діяльності дослідницького університету, за якими надається і підтверджується статус, завдання та права визначенні в Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про дослідницький університет» від 17.02.2010 р. №163, в якому прописані положення щодо передачі технологій, розроблених університетом та використання коштів від комерціалізації ОПВ, для розвитку власних наукових досліджень, модернізації науково-технічної бази, заохочення наукових і науково-технічних працівників та інше. Також, у кожному ЗВО повинні бути створені підрозділи з питань управління ІВ (центри комерціалізації інтелектуальної власності, офіси трансферу технологій).

Водночас, аналіз норм і законів, що діють (таблиця 1) вказує на відсутність конкретних механізмів управління ІВ та здійснення маркетингової діяльності у цій сфері з вигодою для творців (авторів) інтелектуальної власності, розробників технологій. Тому потребують взаємоузгодження всі напрямки нормативно-правового забезпечення діяльності ЗВО, відповідаючи визначеним принципам наукової діяльності в системі вищої освіти, завданням інноваційної та маркетингової діяльності у сфері ІВ.

Таблиця 1 – Законодавче забезпечення маркетингової діяльності у сфері інтелектуальної власності ЗВО

Законодавство	Основні положення
Закону України «Про вищу освіту» [26]	- службовий винахід як об'єкт ІВ належить університету у вигляді нематеріального активу і знаходиться в його оперативному управлінні.
Господарський кодекс України [27]	- здійснюючи «оперативне управління» державний університет має право володіти, використовувати і розпоряджатися цим майном, закріпленим за ним власником (державою) тільки для здійснення некомерційної діяльності (Стаття 137); - «некомерційна господарська діяльність», це господарська діяльність без мети отримання прибутку (Стаття 3)
Цивільний кодекс України [13]	- держава не визнається суб'єктом права ІВ і згідно діючому законодавству вона не може бути власником майна та майнових прав. Тільки в окремих випадках, що визначені законом (забезпечення національної безпеки, захисту здоров'я людей та навколишнього середовища), держава має право на примусову ліцензію; - майнові права ІВ на об'єкт, створений у зв'язку з виконанням трудового договору, належать працівникові, який створив цей об'єкт, та юридичній особі (університету), де він працює спільно, якщо інше не передбачено договором (ст. 429).
Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» [30]	- визначає правові, економічні, організаційні і фінансові принципи державного регулювання діяльності у сфері комерціалізації і трансферу технологій і направлений на забезпечення ефективного використання науково-технічного і інтелектуального потенціалу України, охорону майнових прав на вітчизняні об'єкти технологій на території держав, де планується або здійснюється їх використання, розширення міжнародної науково-технічної співпраці в цій сфері; - засоби, отримані від комерціалізації і трансферу технологій, створених або придбаних за рахунок державних коштів, підлягають зарахуванню на спеціальний фонд Державного бюджету України на рахунки головних розпорядників бюджетних коштів.
Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» [34]	- право на одержання патенту на службовий винахід (корисну модель) має роботодавець винахідника (університет); - винахідник подає роботодавцю письмове повідомлення про створений ним службовий винахід (корисну модель); - роботодавець має право протягом чотирьох місяців від дати одержання повідомлення подати до Установи заявку на одержання патенту, а також повинен укласти з винахідником письмовий договір щодо розміру та умови виплати йому винагороди. Якщо роботодавець не виконує цих вимог, то право на одержання патенту переходить до винахідника.
Наказ Міністерства освіти і науки України «Про створення підрозділів з питань інтелектуальної власності» від 01.11.2005 р., №631. [32]	- з метою ефективного використання наукового потенціалу університетів та сприяння комерціалізації ОПІВ, що створюються під час проведення науково-дослідних робіт, у вищих навчальних закладах повинні бути створені Підрозділи з питань інтелектуальної власності; - затверджене типові положення про Підрозділ з питань ІВ; - розроблена низка документів, зокрема: повідомлення про створення об'єкта ІВ, договір між роботодавцем і творцем про винагороду, договір про розподіл майнових прав на ОПІВ, що створені при виконанні службових обов'язків і/або окремого доручення роботодавця; - розподіл прав на ОПІВ між ЗВО та підприємством регулюються умовами цивільно-правових договорів на виконання науково-дослідних робіт на замовлення підприємств, або ліцензійними договорами.

Отже, ефективне використання ОПІВ як товару при їх комерційній реалізації (чи трансферу технологій) технічними ЗВО можливе лише за умови створення й розвитку системи управління та маркетингу ІВ. Серед необхідних умов для ефективного функціонування такої системи мають бути: розробка стратегії розвитку ЗВО у напрямку наукових досліджень і винахідництва; правової охорони й захисту та ефективного використання ІВ, що створюється; врахування інтересів як ЗВО, так і авторів та інвесторів; забезпечення необхідних умов для передачі технологій і ОПІВ до промисловості за допомогою створення необхідної інфраструктури для здійснення патентно-ліцензійної діяльності тощо. Такий підхід сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності сучасного ЗВО та його рейтингу.

Висновки. Необхідність вдосконалення маркетингу інтелектуальної власності у вітчизняних закладах вищої освіти обумовлено багатьма причинами. Зокрема, відсутністю дійового механізму інноваційного розвитку, який би забезпечив сприятливі умови для створення, розвитку й розповсюдження нововведень, заохочування і стимулювання винахідників для реалізації творчих здобутків. Існує ускладненість встановлення взаємовідносин в системі «наука-підприємство». Також, хоча в Україні й розроблено законодавчі основи для здійснення і розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності, що мають досить виразні ознаки постійного вдосконалення, але спостерігається недостатня результативність впливу на маркетингову діяльність у сфері ІВ, особливо для технічних ЗВО. У вітчизняному законодавстві практично відсутнє формування цілісного механізму управління інтелектуальною власністю, і, зокрема, дієвого механізму залучення ІВ в господарський обіг ЗВО, комплексу маркетингу ІВ. Ці процеси потребують конкретизації. Але безперечно, вітчизняні заклади вищої освіти мають потужний інтелектуальний потенціал, щоб розвиватися, вдосконалюватися і

бути конкурентоспроможними, в тому числі, завдяки ефективній системі маркетингу інтелектуальної власності.

Література

1. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком. Навч. Посібник «Університетська книга»; К., Вид.дім «Княгиня Ольга», 2005, 324с.
2. Голубева Т.С. Механізм комерціалізації результатів інноваційної діяльності/Т.С.Голубева // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмен»: зб. наук. пр. : Луцький нац. техн. ун-т.–Луцьк, 2010. – Вип. 7 (26). – Ч. 1.
3. Орлюк О.П. Економіко-правові проблеми в сфері інтелектуальної власності: монографія / О.П. Орлюк, О.Б. Бутнік-Сіверський, С.Ф. Ревуцький, В.І. Нежиборець, Л.Ю. Федченко та ін.– К.: НДІ інтелектуальної власності АПрН України, 2006. – 372 с.
4. Святоцький О. Інтелектуальна економіка. Управління промисловою власністю / Святоцький О., Крайнев П., Прахов Б.. - К. : ІнЮре, 2004. - 348 с.
5. Маркетинг [Електронний ресурс]: Сутність маркетингу та його сучасна концепція. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/22/1658.html>.
6. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 140 с.

Наукове видання

**УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙПРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**VI Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції
(21-22 березня 2024 року)
Київ-Дніпро**

**Головний редактор д.т.н., проф. Петренко В. О.
Науковий редактор д.т.н., проф. Молоканова В. М.
Науковий редактор к.т.н., доц. Дорожко Г. К.**

Формат 60x84 ^{1/16}. Ум. друк. арк. 46,27. Обл.-вид. арк. 33,61.
Зам. № 36

Видавець: Український державний університет науки і технологій.
вул. Лазаряна, 2, ауд. 2216, ауд. 263 м. Дніпро, 49010.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7709 від 14.12.2022

Адреса видавця та дільниці оперативної поліграфії:
вул. Лазаряна, 2, Дніпро, 49010