

2. Kochkodan, V. B. "Perspectives of digital oilfield models implementation in Ukraine." *Black sea economic studies*, no. 16, 2017, pp. 186-90.
3. Moon, S., Mandon, P., Prasa, E. "Digital Oilfield Market by Solution (Hardware, Software & Service and Data Storage), Process (Reservoir Optimization, Drilling Optimization, Process Optimization, Safety Optimization, and Others), and Application (Onshore and Offshore): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2021–2030." *Allied Market Research*, www.alliedmarketresearch.com/digital-oil-field-market. Accessed 10 Oct. 2021.
4. Groden-Morrison, A. "What Is A Digital Oil Field & How Does It Work?" *Alpha Software*, www.alphasoftware.com/blog/the-digital-oil-field-is-the-future-of-energy.-learn-all-about-it. Accessed 10 Oct. 2021.
5. Joy-Matthews, J., Megginson, D., Surtees, M. *Human Resources Development*: trans. from English. Moscow, Exmo, 2006.
6. Soma, R., Bakshi, A., Prasanna, V., DaSic, W. J., Bourgeois, B. C. "Semantic web technologies for smart oil field applications." *Intelligent Energy Conference and Exhibition*: materials of the conference (Amsterdam, The Netherlands, 25-27 February). Society of Petroleum Engineers, 2008, pp. 1-9. DOI:10.2118/112267-MS. Accessed 14 Oct. 2021.
7. Hetman, O. O., Pliasun, A. V. "Staff development in ensuring labor market security." *Economic sciences: Bulletin of Zaporizhzhia National University*, no. 1 (29), 2016, pp. 97-105, visnykznu.org/visnyk\_ua/arh/t\_visn\_2016/2016econ1.html. Accessed 18 Oct. 2021.
8. Stankovska, I. M., Shyptur, O. V. "Development and training of gas distribution companies personnel." *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry)*, no. (23), 2021, pp. 7-20. DOI:10.31471/2409-0948-2021-1(23). Accessed 19 Oct. 2021.
9. Senge, P. "Fifth discipline. The Art and Practice of the Learning Organization." *Loveread-ec*, loveread-ec.translate.google/read\_book.php?id=95539&p=1&\_x\_tr\_sl=ru&\_x\_tr\_tl=uk&\_x\_tr\_hl=en&\_x\_tr\_pto=nu i,sc&\_x\_tr\_sch=http. Accessed 22 Oct. 2021.

УДК 338.242:65.011

doi: 10.15330/apred.2.17.296-303

Вербовська Л.С.<sup>1</sup>, Микитюк Н.Є.<sup>2</sup>

## УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ ПРОДУКТАМИ В УМОВАХ ЗМІН

Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу,  
Міністерство освіти і науки України,  
кафедра менеджменту та адміністрування,  
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,  
76008, Україна,

<sup>1</sup>тел.:+380666091419,  
e-mail: verlesya@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-2509-1194

<sup>2</sup>тел.:+380503388898,  
e-mail: nataliamykytiukmmm@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-3194-3891

**Анотація.** Стаття присвячена пошуку шляхів ефективного управління інтелектуальними продуктами починаючи від етапу винаходження, реєстрації та виходу на ринок. Для досягнення поставлених завдань використано методи: аналізу та синтезу; системний аналіз; логічний; абстрактний. Авторами статті запропоновано визначення суті поняття «інтелектуальний продукт», який слід розуміти як новостворені духовні і матеріальні цінності, які виступають результатом інтелектуальної діяльності особистості чи групи в результаті

роботи. В статті висвітлено найпоширеніші типи прав інтелектуальної власності, до яких відносяться патенти, торгові марки, авторське право, зареєстровані знаки, права на компоновку ланцюгів, права селекціонерів. Доведено, що знання та розуміння правил ефективного використання інтелектуальних продуктів дає змогу суб'єктам господарювання краще розуміти інструменти управління ними, та отримувати вигоди чи користь, які вони можуть приносити бізнесові, адже це додатковий прибуток. Обґрунтовано, розуміння керівниками компаній цінності різних засобів захисту та отримання вигоди від інтелектуальних продуктів, адже вона на пряму залежить від стратегії фірми, конкурентного середовища та швидко змінюваних контурів права інтелектуальної власності, та незалежно від форми власності повинні мати стратегію щодо формування портфеля інтелектуальної власності. Розглянуто вплив зовнішнього середовища на розвиток суб'єкта господарювання, адже з'являються нові правила, і вони досить потужно впливають на розвиток внутрішніх інтелектуальних продуктів, і сильно залежить від внутрішнього потенціалу суб'єкта господарювання. Зокрема, у статті проаналізовано, що розвиток процесів провокує стрімкий розвиток Індустрії 4.0 (Industry 4.0), а це повністю автоматизація виробництва, де управління всіма процесами здійснюється в режимі реального часу, та з врахуванням факторів мінливого зовнішнього середовища. Запропоновано застосовувати патентні стратегії або ж «охоронних стратегій» для більшого захисту запатентованих технологій, які надають продуктам та послугам перевагу над продуктами та послугами конкурентів. Патенти або ж так звані «охоронні стратегії» мають слугувати суб'єктам господарювання захистом для створених продуктів, які будуть лідирувати в категоріях, та посилювати зусилля щодо брендуння даних продуктів.

Управління інтелектуальними продуктами відіграє важливу роль в управлінні суб'єктами господарювання, адже розпочинається процес входження в технологічні життєві цикли продуктів, що зумовлені змінним турбулентним середовищем. Стаття є актуальною як в науковому, так і прикладному аспектах.

**Ключові слова:** управління, інтелектуальні продукти, Індустрія 4.0, зміни, патентні стратегії, «охоронні стратегії».

*Verbovska L.S.<sup>1</sup>, Mykytiuk N.Ye.<sup>2</sup>*

## MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PRODUCTS IN THE CONDITIONS OF CHANGE

Ivano-Frankivsk National Technical  
University of Oil and Gas,  
Ministry of Education and Science of Ukraine,  
Department of Management and Administration,  
street Karpatska, 15, Ivano-Frankivsk,  
76008, Ukraine,

<sup>1</sup>tel.:+380666091419,  
e-mail: verlesya@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-2509-1194

<sup>2</sup>tel.:+ 380503388898,  
e-mail: nataliamykytiukmmm@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-3194-3891

**Abstract.** The article is devoted to finding ways to effectively manage intelligent products from the stage of invention, registration and entry into the market. Analysis and synthesis methods, system analysis, logical and abstract methods were used to achieve the set goals. The authors of the article propose to define the essence of the concept of "intellectual product", which should be understood as newly created spiritual and material values that are the result of intellectual activity of an individual or group as a result of work. The article covers the most common types of intellectual property rights, which include patents, trademarks, copyright, registered trademarks, chain layout rights, breeders'

rights. It has been proven that knowledge and understanding of the rules of effective use of intelligent products allows businesses to better understand the tools to manage them, and get the benefits or benefits that they can bring to business, because it is additional income. It is reasonable for company managers to understand the value of various means of protection and benefit from intellectual products, as it directly depends on the company's strategy, competitive environment and rapidly changing contours of intellectual property rights, and regardless of ownership must have a strategy for intellectual property portfolio. The influence of the external environment on the development of the business entity is considered, because new rules appear, and they have a strong influence on the development of internal intellectual products, and strongly depend on the internal potential of the business entity. In particular, the article analyzes that the development of processes provokes the rapid development of Industry 4.0 (Industry 4.0), which is a complete automation of production, where all processes are managed in real time, and taking into account the factors of the changing environment. It is proposed to use patent strategies or «protection strategies» to better protect patented technologies that give products and services an advantage over competitors' products and services. Patents or so-called «protection strategies» should serve as protection for businesses to create products that will lead in the categories, and strengthen efforts to brand these products.

Intelligent product management plays an important role in the management of economic entities, as the process of entering the technological life cycles of products due to the changing turbulent environment begins. The article is relevant in both scientific and applied aspects.

**Key words:** management, intelligent products, Industry 4.0, changes, patent strategies, "protection strategies".

**Вступ.** В глобалізованому та конкурентному світі гостро постає питання управління інтелектуальними продуктами. Менеджмент компаній все більше уваги приділяє правовій охороні та аналізу необхідності інтелектуальних продуктів у їх діяльності. Світова пандемія COVID-19 спровокувала інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизації та роботизації виробничих процесів. Розвиток процесів прокує стрімкий розвиток Індустрії 4.0 (Industry 4.0), а це повністю автоматизація виробництва, де управління всіма процесами здійснюється в режимі реального часу, та з врахуванням факторів мінливого зовнішнього середовища. Важливу роль відіграють інтернет-технології, що забезпечують комунікації між персоналом та машинами. Підприємства виробляють продукцію відповідно до вимог індивідуального замовника, оптимізуючи собівартість виробництва. Індустрія 4.0 потребує «розумних» інтелектуальних продуктів та ресурсів, ефективного управління ними та їх правової охорони. Клаус Шваб стверджує, «що інновації в інформаційних та інших проривних технологіях сприяють підвищенню продуктивності шляхом заміни існуючих робітників, а не шляхом створення нових продуктів, які вимагають додаткової праці для виробництва» [1].

Дослідженнями в сфері управління інтелектуальною власністю займаються такі вчені як: В.М. Антонов, Г.В. Бромберг, Ю.П. Конов, П.П. Крайнев, Ю.М. Кузнєцов, Н.С. Орлова, О.А. Підпригора, О.О. Підпригора, Б.С. Розов, П.М. Цибульов, В.П. Петренко та інші.

**Постановка завдання.** Метою наукового дослідження є пошук ефективних шляхів управління інтелектуальними продуктами в умовах змін. Для досягнення поставлених завдань використано наступні методи: аналізу та синтезу; системний аналіз – для цілісного сприйняття об'єкта дослідження та комплексного аналізу усіх елементів у межах окресленої проблематики; логічний – для вивчення теоретичних основ сутності поняття «продукт», «інтелектуальний продукт», «інтелектуальна власність» та «охоронні стратегії»; абстрактний – для узагальнення і формулювання висновків.

**Результати.** В умовах динамічного розвитку змінного середовища, управління інтелектуальними продуктами, стає складним і водночас легким інструментом

отримання вигод, та результатом, який формує додану вартість продукту, товару чи послуги у діяльності суб'єкта господарювання. На рівні з управлінням підприємством та інтелектуальними продуктами, не слід забувати і про інші інструменти, такі як інформація та стратегія. Поєднання даних інструментів воєдино дозволяє підприємству створювати, формувати та ефективно управляти ними на відповідному рівні. Зміни, які відбуваються в світі, диктують нові правила, адже вплив зовнішніх факторів на розвиток внутрішніх інтелектуальних продуктів є досить потужний і сильно залежить від внутрішнього потенціалу суб'єкта господарювання.

Сучасні новітні технології та інновації творять четверту промислову революцію, які досить швидко і масштабно поширюються, значно швидше поширюються ніж інші промислові революції, які, до речі, ще тривають у багатьох країнах світу, в т.ч. Україні. Так, з 7,3 млрд. мешканців планети користувачів Інтернету нараховується вже понад 3,2 млрд. осіб. До першої десятки країн із використання Інтернету (в мільйонах) увіходять: Китай – 687,9; Індія – 325,4; США – 239,6; Бразилія – 120,7; Японія – 118,5; Росія – 104,6; Нігерія – 86,1; Німеччина – 70,8; Мексика – 69,9; Сполучене Королівство – 59 (для порівняння: Україна – 16,8) [2].

Розглянемо різницю між «продуктом» та «інтелектуальним продуктом».

Відповідно до Вікіпедія [3] продукт (від лат. *produce(re)* - створювати) - речовий або інтелектуальний результат людської праці або речовина, яка служить матеріалом для виготовлення або вироблення чого-небудь, а також товар, який задовольняє бажання чи потреби ринку.

Загальною властивістю продукту на відміну від дарів природи є те, що в нього вкладена людська праця. Продукт може бути товаром, якщо він є об'єктом обміну. Продукти, виготовлені людиною для власного споживання, не виступають товарами.

Єдиного визначення щодо поняття трактування «інтелектуальний продукт» немає, скористаємося визначенням, яке запропоновано автором [4], отож, інтелектуальний продукт, створений у результаті творчих зусиль окремої особистості або колективу, становить основу інтелектуальної власності. Він може мати різні форми: відкриття та винаходи, зразки нової продукції і техніки, нові технології, науково-виробничі, консалтингові, економіко-фінансові, управлінські, маркетингові послуги, а також різні види літературно-художньої творчості.

Інтелектуальний продукт має суспільну корисність, він втілює суспільний початок, який має бути властивим для інших предметів. Інтелектуальний продукт не є в повній мірі товаром. Існує, принаймні, три основні відмінності товару і інтелектуального продукту [5]:

1) товар, це упредметнена форма праці приватних виробників, тоді як інтелектуальний продукт може бути неупредметнений;

2) при споживанні інтелектуального продукту його корисність стає як у традиційного товару;

3) в основі вартості інтелектуального продукту лежать не суспільно необхідні, а індивідуальні витрати праці, так як продукт інтелекту не повторний.

Таким чином, інтелектуальний продукт як явище виступає товаром, в силу того, що він є продукт праці, призначений для обміну на ринку, по суті будучи суспільно-корисним.

Петренко В.П. [6], звертає увагу на інтелектуально-ресурсний потенціал як прогнозовану інтегральну здатність особи (групи осіб) до створення нових матеріальних і духовних цінностей, оцінену через сукупні витрати, інвестовані в набуття комплексу інтелектуальних здібностей, знань, навиків і мотивів.

Продукти інтелектуальної діяльності виступають носіями певної інформації нематеріального характеру, яка може бути залучена до науково-технічного або

комерційного обороту в якості продукту тільки будучи втіленою в документальну форму.

Більшість продуктів інтелектуальної власності як результат творчої праці мають авторів. Товарні знаки та інші позначення, індивідуалізують суб'єкти і продукти звичайного праці (товари, послуги).

Інтелектуальні продукти не відносяться до «споживаних речей», які з плином часу морально і фізично зношуються.

Як стверджує автор у роботі [7], що продуктам інтелектуальної праці притаманна певна специфіка щодо трактування традиційного набору властивостей ринкових товарів:

- товари і послуги, які створюються на основі кодифікованого знання, є унікальними, водночас можливість їх безмежного тиражування породжує ринок гомогенної продукції, що адекватно реагує на динаміку попиту і пропозиції;

- інтелектуальні продукти є ідеальними, суб'єктивними, пов'язаними з конкретними особистостями, водночас вони мають певне матеріальне втілення, доступну для інших людей об'єктивну форму, що сприяє їх реалізації;

- інтелектуальні продукти, що є результатом науково-технічної діяльності, мають короткий життєвий цикл, підлягають швидкому моральному зносу;

- для інтелектуальних продуктів поняття відтворення трансформується у поняття тиражування унікальних результатів творчої праці, при цьому витрати виробництва інтелектуальних продуктів і витрати на їх тиражування не збігаються між собою;

- незалежно від того, на якій мові, носіях, у якій формі представлені та розтиражовані інтелектуальні продукти, вони завжди мають конкретних творців – авторів ідей;

- для інтелектуальних продуктів непридатними є традиційні вимірники ринкової цінності, витрати виробництва, граничної корисності тощо.

Знання та розуміння правил ефективного використання чи управління інтелектуальними продуктами дає змогу суб'єктам господарювання краще розуміти інструменти управління ними, і яку користь вони можуть приносити бізнесові, адже це додатковий прибуток. Найбільших успіхів досягають ті компанії, які розуміють, що для ефективного управління необхідно розробити стратегію, впровадити методики управління, а це в свою чергу дозволить здійснювати ідентифікацію, придбання прав, правову охорону та ефективне використання об'єктів права інтелектуальної власності створених або придбаних інтелектуальних продуктів.

Крім поняття інтелектуального продукту, існує також поняття інтелектуальної власності. Під інтелектуальною власністю розуміють результати діяльності вчених, дослідників і фахівців в різних областях знання, що володіють певною новизною й винахідницьким і патентним правом. Поняття інтелектуальної власності являється більш широким, ніж поняття інтелектуального продукту, оскільки охоплює права на винахід в галузі літератури, науки, мистецтва, торговельним найменуванням, товарним знакам і т.д. Іншими словами, сукупність виняткових прав як на результати інтелектуальної діяльності, так і на прирівняні до них кошти індивідуалізації отримала узагальнене найменування «інтелектуальна власність».

Поряд з продуктом людського інтелекту виключне право може бути встановлено на засіб індивідуалізації юридичної особи, а також індивідуалізації виконуваних робіт або послуг. Це фірмові найменування, товарні знаки, знаки обслуговування і найменування місць походження товарів, що використовуються учасниками цивільного обороту з метою персоніфікації (ідентифікації) як самих себе, так і своєї продукції, робіт або послуг [5].

В сучасному світі, у відповідності до законодавства, існує ряд прав на захист ІВ

[8], які підходять для різних типів ІВ. Найпоширенішими типами прав інтелектуальної власності є:

- патенти - захищають винаходи та нові процеси;
- торгові марки - захищають логотипи, слова та інші бренди;
- авторське право – охороняє мистецтво, письмо, музику, кіно та комп'ютерні програми;
- зареєстровані знаки - захищає візуальний дизайн продукту;
- права на компоновку ланцюгів - захистити схеми компоновання або плани інтегральних схем, що використовуються в комп'ютерних моделях;
- права селекціонерів - захист комерційних прав нових сортів рослин.

Патенти, торгові марки та авторські права є основним засобом встановлення прав власності на винаходи та ідеї та забезпечують юридичну основу, за допомогою якої нематеріальні ідеї та творіння приносять відчутну користь підприємствам та працівникам.

Захист інтелектуальної власності (ІВ) впливає на комерцію в усій економіці шляхом:

- створення стимулів для винаходів і створення; захист новаторів від несанкціонованого копіювання;
- сприяння вертикальній спеціалізації на технологічних ринках;
- створення платформи для фінансових вкладень в інновації;
- підтримка ліквідності та зростання стартапів шляхом злиття, поглинання;
- створення можливих технологічних бізнес-моделей на основі ліцензування;
- створення більш ефективного ринку для передачі технологій та торгівлі технологіями та ідеями [9].

В роботі автор [10], стверджує, що всі підприємства незалежно від форми власності повинні мати стратегію щодо формування портфеля інтелектуальної власності, яка полягає в наступному:

- створення портфеля об'єктів інтелектуальної власності;
- здійснення всебічної і надійної охорони прав об'єктів інтелектуальної власності;
- запобігання порушень прав чужої інтелектуальної власності;
- пошук шляхів комерційної реалізації інтелектуальної продукції.

Керівники суб'єктів господарювання недооцінюють роль об'єктів ІВ у загальній системі менеджменту, а тому невміло та неправильно ними управляють. Інтелектуальна власність відноситься до нематеріальних активів, якими, як і будь-якими іншими активами, необхідно управляти.

Нижче приведено принципи управління інтелектуальною власністю:

- усвідомити роль інтелектуальної власності;
- дотримуватися балансу інтересів суб'єктів права інтелектуальної власності;
- зробити інтелектуальну власність частиною стратегічного бізнес-плану;
- виявити власні об'єкти інтелектуальної власності;
- зібрати інформацію про інтелектуальну власність конкурентів;
- ідентифікувати потрібну інтелектуальну власність;
- створити потрібні об'єкти права інтелектуальної власності або придбати право на них;
- здійснити оцінку економічної ефективності ваших об'єктів інтелектуальної власності;
- думати про податок на інтелектуальну власність;
- бути готовими захищати права на свою інтелектуальну власність;
- вимірювати ефективність управління інтелектуальною власністю;
- сформувати команду компетентних цілеспрямованих співробітників, які

творчо мислять [11; 12; 13].

Відповідно до досліджень, які проводяться різними організаціями, у списку найдорожчих компаній світу, то можемо побачити, що у всіх компаній головним ресурсом є інтелектуальна власність, а не доступ до землі чи викопуваних ресурсів.

Технологічний прогрес поступово робить все менш цінними матеріальні ресурси, і, навпаки, збільшує значимість нематеріальних активів бізнесу.

Відповідно до даних Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент) станом на 1 жовтня 2021 року зареєстровано 632 200 об'єктів промислової власності [13]:

- 129 390 винаходів;
- 148 943 корисні моделі;
- 44 407 промислових зразків;
- 306 288 торговельних марок з урахуванням розділених реєстрацій;
- 13 топографій ІМС (компонувачів напівпровідникових виробів);
- 3 124 географічні зазначення;
- 35 свідоцтв на право використання кваліфікованих зазначень походження товарів (географічних зазначень).

Застосування патентних стратегій або ж «охоронних стратегій», дозволяє більшості суб'єктам господарювання зосереджуватися на захисті запатентованих технологій, які надають продуктам та послугам перевагу над продуктами та послугами конкурентів. Патенти або ж так звані «охоронні стратегії» слугують суб'єктам господарювання у створенні продуктів, які будуть лідирувати в категоріях, та посилювати зусилля щодо брендуння даних продуктів.

Однак, слід зазначити, що небагато компаній (і, звісно, жодна компанія, що випускає споживчі товари) не можуть перевершити використання патентів багатьох світових компаній-лідерів, які створили додану вартість та «бренд» товару.

На сьогодні вже існують і застосовуються технології вирощування сільськогосподарської продукції без використання землі, а розвиток індустрії альтернативної енергетики все більше знижує залежність економіки від нафти.

У той же час, виробники вкладають мільярди в просування своїх брендів, і приблизно однакові товари з різними торговими марками на них, можуть в рази відрізнитися в ціні. А якщо вчасно запатентувати свій винахід – можна і зовсім стати законним монополістом на ринку [15].

Все більше ТОП-керівників компаній усвідомлюють цінність різних засобів захисту та отримання вигод від інтелектуальних продуктів, адже вона на пряму залежить від стратегії фірми, конкурентного середовища та швидко змінюваних контурів права інтелектуальної власності.

**Висновки.** Отже, відповідно до вищеописано, дає нам можливість стверджувати, що інтелектуальні продукти - новостворені духовні і матеріальні цінності, які є результатом інтелектуальної діяльності особистості чи групи осіб, що втілені у відкриттях, винаходах, патентах, наукових звітах і доповідях, рішеннях, проектах, планах, програмах, стратегіях, раціоналізаторських пропозиціях, творах літератури, мистецтва, музики тощо.

Сукупність інтелектуальних продуктів, до яких входять винаходи, корисні моделі, раціоналізаторські пропозиції, специфічні бази знань та даних, комп'ютерні програми, інші інтелектуальні об'єкти, та менеджерського досвіду, організаційних вмій окремих людей, які конвертуються в прибуток, який в свою чергу конвертується в інтелектуальний капітал суб'єкта господарювання.

- World. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/world-factbook/geos/xx.html>.
- Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82\\_\(%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82_(%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0))(дата звернення 15.10.2021)
- Новіков В.С. Інновації в туризмі. URL: <http://infotour.in.ua/novikov62.htm> (дата звернення 15.10.2021)
- Поняття інтелектуального продукту і власності. URL: <https://jak.waykun.com/articles/ponjattja-intelektualnogo-produktu-i-vlasnosti.html> (дата звернення 15.10.2021)
- Петренко В. П. Управління використанням інтелектуальних ресурсів соціально-економічних систем. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. ІРД НАНУ, Львів. 2009. ст. 41.
- Семикіна М.В., Петіна О.М. Інтелектуальний бізнес : навч. посіб. Кіровоград : КНТУ, 2015. 141 с.
- Види прав інтелектуальної власності. URL: <https://business.gov.au/planning/protect-your-brand-idea-or-creation/intellectual-property> (дата звернення 15.10.2021)
- Інтелектуальна власність та економіка США. URL: <https://www.uspto.gov/learning-and-resources/ip-motion/intellectual-property-and-us-economy> (дата звернення 15.10.2021)
- Чомашавілі О. Ш. Особливості використання об'єктів інтелектуальної власності на підприємствах. *Юридичний журнал «Юстиніан»*. 2006. № 2 (44). С. 45–47.
- Цибульов П.М. Управління інтелектуальною власністю. К.: Держ. ін-т інтел. власн., 2009. 312 с.
- Centrum Innowacji, Rozwoju i Transferu Technologii Politechniki Poznańskiej URL: <http://www.ciritt.put.poznan.pl/posts> (дата звернення 15.10.2021)
- Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент). URL: <https://ukrpatent.org/uk/articles/vsjogo> (дата звернення 15.10.2021)
- Вербовська Л.С., Василюшина Н.Є., Берлоус М.В. Інтелектуальна власність як об'єкт управління на підприємствах області. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий збірник. Івано-Франківськ: Видавництво «Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника»*, 2014. Вип. 10. Т.1. 136-141 с.
- Грицуленко С.І., Потапова-Сінько Н.Ю., Гарбера К.М. Інтелектуальна власність в галузі зв'язку: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 392 с.

#### References

- Schwab K. *The Fourth Industrial Revolution*. Moscow, Exmo, 2016.
- World. Central Intelligence Agency, [www.cia.gov/library/publications/resources/world-factbook/geos/xx.html](http://www.cia.gov/library/publications/resources/world-factbook/geos/xx.html) Accessed 15 Oct.2021.
- Wikipedia, [uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82\\_\(%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82_(%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0)) Accessed 15 Oct.2021.
- Novikov, V.S. “Innovations in tourism.” Infotour, [infotour.in.ua/novikov62.htm](http://infotour.in.ua/novikov62.htm). Accessed 15 Oct.2021.
- “Поняття інтелектуального продукту і власності.” [Jak.waykun.com, jak.waykun.com/articles/ponjattja-intelektualnogo-produktu-i-vlasnosti.html](https://jak.waykun.com/articles/ponjattja-intelektualnogo-produktu-i-vlasnosti.html) Accessed 15 Oct.2021.
- Petrenko, V.P. Management of the use of intellectual resources of socio-economic systems. Abstract of the dissertation for the degree of Doctor of Economics. IRD NASU, Lviv. 2009.
- Semykina, M.V., and O.M. Petina. *Intellectual business*. Kirovograd: KNTU, 2015.
- “Types of intellectual property rights.” [Business.gov.au, business.gov.au/planning/protect-your-brand-idea-or-creation/intellectual-property](https://business.gov.au/planning/protect-your-brand-idea-or-creation/intellectual-property) Accessed 15 Oct.2021.
- Intellectual Property and the US Economy, [www.uspto.gov/learning-and-resources/ip-motion/intellectual-property-and-us-economy](https://www.uspto.gov/learning-and-resources/ip-motion/intellectual-property-and-us-economy). Accessed 15 Oct.2021.
- Chomakhashvili, O.S. “Features of the use of intellectual property in enterprises.” *Justinian Law Journal*, no. 2 (44), 2006, pp. 45–47.
- Tsybuliov, P.M. *Intellectual property management*. Kyiv.: Gos. int intellectual. vlasn., 2009.
- Center for Innovation, Development and Technology Transfer of the Poznań Polytechnic, [www.ciritt.put.poznan.pl/posts](http://www.ciritt.put.poznan.pl/posts). Accessed 15 Oct.2021.
- State Enterprise “Ukrainian Institute of Intellectual Property” (Ukrpatent), [ukrpatent.org/uk/articles/vsjogo](https://ukrpatent.org/uk/articles/vsjogo). Accessed 15 Oct.2021.
- Verbovska, L.S., Vasylyshyna, N.Ye., and M.V. Berlous. “Intellectual property as an object of management at the enterprises of the region.” *The actual problems of regional economy development*, vol.1, is. 10, 2014, pp. 136-141.
- Gritsulenko, S.I., Potapova-Sinko, N.Yu., and K.M. Garbera. *Intellectual property in the field of communications*. Odessa: ONAZ them. O.S. Popova, 2011.