

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:
матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.
(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

УДК 519

ПІДХОДИ ДО ПЛАНУВАННЯ РОЯЛТІ НА B2B РИНКАХ

О.С.Шейн

аспірант кафедри маркетингу Національного технічного університету

«Харківський політехнічний інститут» (м. Харків)

ORCID: 0009-0007-4464-9863

П.Г.Перерва

д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу Національного
технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (м. Харків)

ORCID: 0000-0001-6618-0380

APPROACHES TO ROYALTY PLANNING IN B2B MARKETS

O.S. Shein

Postgraduate student of the Department of Marketing of the National Technical

University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Kharkiv)

ORCID: 0009-0007-4464-9863

P.G. Pererva

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Business
Economics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Kharkiv)

ORCID: 0000-0001-6618-0380

***Анотація:** У науковій доповіді розглядається проблема визначення оптимального розміру роялті у сфері B2B. Аналізуються фактори, що впливають на формування роялті, зокрема конкурентне середовище, економічна доцільність, правові аспекти та специфіка ліцензійних угод. Окрему*

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:

матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.

(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

увагу приділено сучасним методам оцінки роялті та підходам до його встановлення у різних галузях промисловості.

Ключові слова: роялті, B2B ринок, ліцензування, інтелектуальна власність

Abstract: *The scientific report considers the problem of determining the optimal amount of royalties in the field of B2B. Factors influencing the formation of royalties, in particular the competitive environment, economic feasibility, legal aspects and specifics of license agreements, are analyzed. Special attention is paid to modern methods of royalty estimation and approaches to its establishment in various industries.*

Keywords: *royalties, B2B market, licensing, intellectual property*

Роялті є ключовим механізмом винагороди за використання інтелектуальної власності, що відіграє важливу роль у бізнес-середовищі B2B (business-to-business). У сучасній економіці, де значна частина активів компаній представлена нематеріальними ресурсами, встановлення оптимального розміру роялті стає критичним фактором для успішного функціонування комерційних відносин [1-18]. Це питання є надзвичайно актуальним для підприємств, що здійснюють ліцензування технологій, брендів, патентів та іншої інтелектуальної власності [1, 7, 15].

Розмір роялті має бути справедливим як для ліцензіара, який прагне отримати належну винагороду за свої активи, так і для ліцензіата, який очікує доступу до інновацій без надмірного фінансового навантаження [2, 6, 16]. Визначення оптимальної ставки роялті є складним процесом, який залежить від багатьох факторів, таких як ринкова вартість активу, конкурентне середовище, специфіка галузі, умови угоди та нормативно-правове регулювання.

Метою цього дослідження є аналіз підходів до встановлення розміру роялті на B2B ринках, виявлення основних чинників, що впливають на його

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:

матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.

(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

визначення, та розробка рекомендацій для компаній, які прагнуть ефективно управляти своїми ліцензійними стратегіями.

Встановлення розміру роялті на B2B ринках є складним процесом, який залежить від багатьох факторів, включаючи тип ліцензійованого активу, конкурентне середовище, ринкові умови та стратегію компанії [7, 15, 18]. Існує кілька основних підходів до визначення розміру роялті, які використовуються в бізнес-середовищі.

1. *Витратний підхід*. Цей підхід базується на оцінці витрат, понесених на розробку та підтримку ліцензійованого активу. Він передбачає встановлення роялті як відсотка від витрат на створення та підтримку технології або інтелектуальної власності (ІВ). Переваги витратного підходу: прозорість розрахунків; обґрунтованість бази для визначення вартості. Недоліки: не враховує ринкову вартість активу; може не відображати реальну економічну вигоду для ліцензіата

2. *Ринковий (порівняльний) підхід*. Передбачає аналіз роялті за аналогічними угодами в даній галузі. Компанія визначає ставку роялті на основі середніх ринкових значень. Переваги ринкового підходу: ідображає реальні ринкові умови; простота у застосуванні. Недоліки: доступність релевантних ринкових даних може бути обмеженою; не враховує унікальність активу.

3. *Підхід на основі участі у прибутку (Profit Split)*. Розмір роялті встановлюється як відсоток від прибутку, отриманого ліцензіатом завдяки використанню ІВ. Переваги цього підходу: враховує економічну вигоду для ліцензіата; гнучкість у переговорах. Недоліки: важко прогнозувати прибутковість; необхідність аудиту фінансових показників.

4. *Підхід на основі економічної вигоди (Discounted Cash Flow - DCF)*. Розрахунок роялті ґрунтується на майбутніх грошових потоках, які генерує актив, з урахуванням дисконтування. Переваги підходу на основі економічної

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:

матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.

(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

вигоди: відображає реальну цінність активу; враховує довгостроковий вплив.

Недоліки: висока складність розрахунків; потребує точних прогнозів.

5. Підхід «Зверху вниз» (*Top-down*). Визначається на основі частки роялті у доходах галузі, регіону або сегмента ринку. Переваги підходу «Зверху вниз»: відповідає загальним ринковим тенденціям; простота застосування Недоліки: узагальнений підхід, який може не враховувати унікальні фактори.

Вибір підходу до встановлення роялті залежить від галузі, особливостей ліцензійного активу та ринкової ситуації. Оптимальним варіантом часто є комбінований підхід, що поєднує аналіз витрат, ринку та економічної вигоди для досягнення справедливої та обґрунтованої ставки роялті.

Дослідження показало, що встановлення розміру роялті на B2B ринках є багатофакторним процесом, який потребує врахування як економічних, так і правових аспектів. Основні висновки, отримані в результаті аналізу, включають наступні положення:

1. *Галузеві особливості* – ставка роялті значною мірою залежить від специфіки галузі. Наприклад, у фармацевтиці та ІТ-рішенні ставки роялті можуть бути вищими через значні інвестиції у дослідження та розробки.

2. *Ринкові умови* – конкуренція, попит та цінова еластичність впливають на рівень роялті. Висока конкуренція може знижувати ставку, тоді як унікальність технології чи бренду дозволяє її підвищувати.

3. *Методи оцінки* – компанії використовують різні підходи до розрахунку роялті: метод на основі витрат, метод порівняльного аналізу, метод розподілу прибутку та інші. Вибір підходу залежить від доступності даних та особливостей угоди.

4. *Правове регулювання* – ставки роялті мають відповідати антимонопольному законодавству, нормам справедливої конкуренції та податковим вимогам. Надмірно високі роялті можуть викликати регуляторні обмеження.

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:

матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.

(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

5. *Гнучкість угод* – успішні компанії часто застосовують динамічні моделі роялті, що враховують зміну ринкових умов, комерційні ризики та результати діяльності ліцензіата.

Таким чином, оптимальне встановлення розміру роялті на B2B ринках вимагає комплексного підходу, що включає аналіз економічних, ринкових і правових чинників. Використання гнучких моделей та адаптація до змін у бізнес-середовищі дозволяють компаніям досягти балансу між вигодами ліцензіара та ліцензіата, сприяючи довгостроковому партнерству та інноваційному розвитку.

Література

1. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.

2. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

3. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелєва Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.

4. Лега О.В. Економіко-правові аспекти матеріальної відповідальності облікових працівників // *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2010. № 3. Ч. 2. С. 150–151.

5. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності: підруч. / за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорєлова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.

6. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // *Вісник НТУ «ХПІ» (економ.науки)* : зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2018. № 15 (1291). С. 137-143.

7. Лега О. Використання податкової інформації у розрахунках з бюджетом // *Agricultural and Resource Economics : International Scientific EJournal*. 2017. Vol. 2. № 3. Pp. 63–74.

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:

матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.

(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

8. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О.А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461-518.
9. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с
10. Nagy S., Pererva P.G. Compliance principles // Universum View 9. Economics and management: conference materials. Vinnytsia: NilanLTD, 2018. P. 89 96.
11. Товажнянський В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства /Товажнянський В.Л.-Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012.-703 с.
12. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. 689 p.
13. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. №5. 10 p.
14. Лега О.В., Яловега Л.В., Прийдак Т.Б. Помилки в бухгалтерському обліку: сутність, класифікаційні ознаки, виявлення та виправлення // *Причорноморські економічні студії*. 2020. Випуск 49. С. 187-195.
15. Канцедаль Н.А., Лега О.В. Інформаційна роль обліку в результативності інвестиційної стратегії аграрних підприємств // *Агросвіт*. 2021. № 11. С. 11–20. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.11.11>
16. Лега, О., Яловега, Л., & Прийдак, Т. (2022). Договірна політика та податкові ризики в умовах невизначеності // *Цифрова економіка та економічна безпека*, (3 (03), 41–46. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.3-8>.
17. Пономаренко О.Г., Лега О.В. Оптимізація тестування системи обліку земельних операцій у агроформуваннях // *Облік і фінанси*. 2017. № 1. С. 76–84.
18. Лега О. В. Доходи діяльності: облік та відображення у звітності в контексті нормативно-правових змін // *Інноваційна економіка*. 2014. № 6. С. 297-303.