İQTİSADİYYAT

ЭКОНОМИКА **ECONOMICS**

https://doi.org/10.58225/sw.2023.1-133-137

İNTELLEKTUAL MƏHSUL BAZARINDA MARKETİNQ VƏ ONUN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Ağayeva Könül Asəf qızı- i.e.n., dosent, İqtisadi nəzəriyyə və markeitnq kafedrası, AzMİU, konul.aghayev@gmail.com

Xülasə. Məqalədə bazar iqtisadiyyatının ən mühüm iqtisadi probləmlərindən biri olan intellektual məhsul bazarında marketinq fəaliyyətinin, əqli və sənaye mülkiyyətin mahiyyəti, xüsusiyyətləri və xarakterik cəhətləri təhlil edilmişdir. Əmtəə kimi bazara çıxarılan intellektual məhsulun marketinq təhlili xüsusi yanaşma tələb edir. Burada əqli və sənaye mülkiyyəti fərqləndirmək, onların kəsb etdiyi spesifik xüsusiyyyətləri nəzərə almaq çox vacibdir. Qeyd etmək lazımdır ki, əqli mülkiyyətin tərkib hissəsi maddi istehsal sahəsində və onunla əlaqəli sahələrdə əqli fəaliyyətlə bağlı sənaye mülkiyyətidir. Daha dolğun şəkildə əqli mülkiyyət dedikdə alimlərin, tədqiqatçıların, digər mütəxəssislərin, müəyyən yeniliklərin, ixtiraçıların və müəlliflik hüququ ilə qorunan intellektual fəaliyyətin nəticələri başa düşülür.

Açar sözlər: intellektual məhsul, intellektual mülkiyyət, əqli mülkiyyət, patent, lisenziya, lisenziya obyekti, lisenziyanın reklamlaşdırılması, xidmət bazarı, əmtəə nişanı, sənaye mülkiyyəti

MARKETING IN THE INTELLECTUAL PRODUCT MARKET AND ITS FEATURES

Aghayeva Konul Asef- PhD in econ., ass.prof., Economic theory and marketing, AzUAC, konul.aghayev@gmail.com

Abstract. The essence, features and characteristics of marketing relations, intellectual and industrial property in the intellectual product market, which is one of the most important economic problems of the market economy, are analyzed in the article. Marketing analysis of an intellectual product acting as a commodity requires a special approach. Here, it is very important to distinguish between intellectual and industrial property and take into account their specific characteristics. It should be noted that a component of intellectual property is industrial property related to intellectual activity in the field of material production and related fields. More fully, intellectual property means the results of scientists, researchers, other specialists, participants with certain innovations and intellectual activity protected by copyright.

Keywords: intellectual product, intellectual property, patent, license, license object, license advertising, service market, trademark, industrial property

Giriş. Qeyd etmək laızmdır ki, əmtəə kimi bazara çıxarılan intellektual məhsulun mahiyyəti və xarakterik cəhətlərinin təhlili xüsusi yanaşma tələb edir. Bu baxımdan oxşar məhsullarla işləyərkən marketinq fəaliyyətinin aşağıdakı xüsusiyyətlərini göstərmək vacibdir:

- əqli məhsulun sahibini (ixtiraçı, müəllif) haqsız rəqabətdən, mülkiyyətin qanunsuz surətinin çıxarılmasından qoruyan adekvat hüquqi müdafiənin yaradılması zərurəti;
- patent, patent lisenziyası və digər vasitələr şəklində hüquqi müdafiənin olması əqli məhsulun sahibi üçün uzun müddət (adətən 15-20 il) bazarda inhisarçı mövqe yaradır. Bu, mülkiyyətçiyə müvafiq istehsal, marketinq, qiymət, əmtəə siyasəti aparmağa, təkcə öz əmtəə istehsalı hesabına deyil, həm də onun digər istehsalçılara satılması üçün lisenziyaların satışından gəlir əldə etməklə mənfəəti

artırmağa imkan verir. Eyni zamanda,onu da qeyd etmək lazımdır ki, patent lisenziyasının satışından əldə edilən gəlir əlavə dəyər vergisinə cəlb edilmir;
- əmtəələrin patentlərlə qorunması investor üçün onun investisiyalarının effektivliyinə əlavə təminat imkanı verir.

Əqli mülkiyyət dedikdə alimlərin, tədqiqatçıların, digər mütəxəssislərin müəyyən yeniliyi olan ixtiraçılıq və müəlliflik hüququ ilə qorunan intellektual fəaliyyətin nəticələri başa düşülür. Beləliklə, əqli mülkiyyət ədəbi, bədii və elmi ixtiraları, ifaçılıq sənətini, səs yazılarını, radio və televiziya verilişlərini, əmtəə nişanlarını, ticarət adlarını və s. ilə bağlı hüquqları əhatə edir.

Əqli mülkiyyətin tərkib hissəsi maddi istehsal sahəsində və onunla əlaqəli sahələrdə əqli fəaliyyətlə bağlı sənaye mülkiyyətidir. 1883-cü ildə qəbul edilmiş Sənaye Mülkiyyətinin Mühafizəsi üzrə Paris *Konvensiyasına əsasən, bu növ mülkiyyət geniş spektrli obyektləri, ixtiraları, əmtəə nişanlarını, xidmət nişanlarını, sənaye nümunələrini, ticarət adlarını , mənşə göstəricilərini və ya mənşəə adlarını, habelə haqsız rəqabətin qarşısını almaq hüququnu əhatə edir.*

Əqli mülkiyyətin mühüm forması olan patent- səlahiyyətli orqan tərəfindən verilən ixtiranı, müəllifliyi və patent sahibinin müəyyən ixtiraya malik müstəsna hüququnu təsdiq edən sənəddir. Patent verildiyi dövlətin ərazisində etibarlıdır. Patentin verilməsi və onun müəyyən edilmiş müddətdə qüvvədə olması üçün patent sahibi müəyyən rüsum ödəyir. Patentin müddəti, habelə patentin verilməsi və ondan istifadənin digər məsələləri milli qanunvericiliklə müəyyən edilir və orta hesabla 15-20 ildir (1,15).

1997-ci il tarixli Azərbaycan Respublikasının Patent qanununa uyğun olaraq, patent sahibi olmayan hər hansı bir şəxs yalnız onun sahibinin icazəsi ilə patentlə qorunan ixtiradan, faydalı modeldən, sənaye nümunəsindən istifadə etmək hüququna malikdir (1,26).

Lisenziya başqa şəxs və ya təşkilat tərəfindən müəyyən ödəniş müqabilində kommersiya və digər məmulatların istehsalı üçün zəruri olan ixtiranın, texnologiyanın, texniki biliklərin və istehsalat təcrübəsinin, ticarət sirlərinin, ticarət nişanının başqa şəxs və ya təşkilat tərəfindən istifadəsinə icazədir. Lisenziyaya verilən texnologiyadan istifadə hüquqlarının xarakterinə və əhatə dairəsinə görə lisenziyalar sadə (qeyri-eksklüziv), eksklüziv və tam lisenziyalara bölünür.

Nou-hau (ingilis dilindən tərcümədə - "know how") kommersiya dəyəri olan, istehsalatda və peşə təcrübəsində tətbiq olunan və patentlərlə qorunmayan texniki, kommersiya, maliyyə və digər xarakterli texniki biliklərə və praktik təcrübəyə aiddir. "Nou-hau"ya kommersiya sirri, qeyri-mülkiyyət prosesləri və potensial istifadəçilərin geniş dairəsi üçün əlçatmaz olan digər sənaye və kommersiya məlumatları daxil ola bilər. Bu məlumat patentlərdən müstəqil ola bilər və ya onlardan istifadə üçün lazım ola bilər. "Nou-hau" elementlərinə istifadə üçün bütün növ təlimatlar, spesifikasiyalar, sənədlər, istehsalın təşkili sxemləri, istehsalat təcrübəsinin xüsusiyyətləri və s. daxildir.Bura həmçinin marketinq sahəsində bilik və təcrübə, əhəmiyyətli investisiya tələb edən məhsulun qablaşdırması dizaynı, laboratoriya və digər tədqiqatların aparılması bacarıqları daxil ola bilər . "Nou-hau"nun əsas xüsusiyyətlərindən biri bu tip məlumatların məxfiliyidir. Adətən, "nou-hau" zaman keçdikcə kommersiya dəyərini itirir və çoxları üçün əlçatan olur.

"Nou-hau"nun kommersiyalaşdırılması beynəlxalq təcrübədə, xüsusən də lisenziya müqavilələri bağlanarkən, müxtəlif növ texniki əməkdaşlıq, texnologiyaların mübadiləsi , transferi, investisiya əməkdaşlığı, mühəndislik və məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi üzrə sazişlər bağlanarkən geniş istifadə olunur. Müqavilələrə "nou-hau"nun ötürülməsi ilə bağlı müddəaların daxil edilməsi bir tərəfdən satıcının gəlirinin əlavə artmasına, alıcı tərəfindən isə müqavilə predmetlərinin inkişafının sürətləndirilməsinə səbəb olur. Digər tərəfdən isə bu toplanmış texniki təcrübənin, istehsal sirlərinin, satıcı mütəxəssislərinin istismara verilməsində iştirakının, alıcının texniki heyətinin hazırlanmasında sürətli və tam şəkildə ötürülməsinə kömək edir. Xüsusilə tez-tez "nou-hau"nun kommersiya transferi sənaye, kənd təsərrüfatı və infrastruktur obyektlərinin tikintisi və istismarı üçün bütün növ lisenziya müqavilələrində baş verir. [3,29]

Adı çəkilən Paris Konvensiyasının tələblərinə əsasən üç əsas müddəasının xarakterik cəhətlərini təhlili çox vacibdir. Birincisi, sadalanan sənaye mülkiyyətinin bütün obyektlərinə milli rejim prinsipini təsbit etmək. Hər hansı bir iştirakçı ölkənin vətəndaşları və firmaları bu ölkənin

qanunvericilik atkları ilə ilə öz vətəndaşlarına və firmalarına verilən hüquqların qorunmasından istifadə edirlər.

İkincisi, konvensiya müvafiq ərizəni ilk dəfə vermiş şəxs üçün konvensional üstünlük hüququnu müəyyən etmişdir. Ərizə verildiyi gündən ixtira və faydalı modellər patentlər üçün 12 ay, sənaye nümunələri üçün isə 6 ay müəyyən edilmiş prioritet şərtlərlə hesablanmağa başlayır. Bu prinsip ciddi praktik əhəmiyyət kəsb edir, çünki o, bir sıra ölkələrdə eyni vaxtda patentləşdirməyə ehtiyacı aradan qaldırır ki, bu da əhəmiyyətli miqdarda dizayn işləri və maliyyə xərcləri ilə bağlıdır.

Üçüncüsü, konvensiya sui-istifadənin qarşısını almaq üçün patent sahibinin müstəsna hüquqlarına məhdudiyyətlər müəyyən edir. Xüsusilə, patent sahibi müəyyən müddət ərzində patentdən istifadə etmədikdə və həmçinin maraqlı şəxslər tərəfindən istifadəsinə mane olarsa, konvensiya məcburi lisenziyaların verilməsi imkanını nəzərdə tutur. Ümumilikdə, sənaye və əqli mülkiyyət obyektləri bazarda konkret əmtəə kimi çıxış edirlər.

Elmi , texnoloji nailiyyətlər və təcrübə öz növbəsində nisbi şəkildə mənfəətin əldə olunmasına fəal təsir göstərmək qabiliyyətinə malikdir; digər mallar kimi onlar da tədarükdən asılı olaraq bazarda dəyərləndirilmə qabiliyyəti əldə edirlər.

Lisenziya obyektlərinin yuxarıda qeyd olunan ümumi xassələri göstərir ki, onları adi mallardan fərqləndirən spesifik əlamətlər var. Məhz elmi və texnoloji nailiyyətlərin bu xüsusiyyətləri patent mühafizəsinə məruz qalır və ya başqa üsullarla məxfi saxlanılır.

Beləliklə, elmi-texniki nailiyyətlərin istifadə dəyərinin təhlili onun iki aspektini üzə çıxarmağa imkan verir. Mübadilə sahəsində, bir tərəfdən, çoxsaylı ixtiraların son dərəcə fərqli olduğu və bazarda bölündüyü *spesifik fərdi xüsusiyyətlər* meydana çıxır . Bu xüsusiyyətlərə aşağıdakılar daxildir: xarici forması, tərkibi, təyinatı, texniki-iqtisadi xüsusiyyətləri və s. Digər tərəfdən, eyni sahədə *ixtiraların yeniliyi, elmi-texniki tərəqqinin inqilabi elementini təcəssüm etdirmə qabiliyyəti ilə səciyyələnən ümumi, ən vacib xüsusiyyətləri təzahür edir* . Elmi və texnoloji nailiyyətlərin ümumi xüsusiyyətləri onların dünya və milli bazarların müstəqil sektorunda birləşməsi üçün iqtisadi zəmin yaradır.

Lisenziya obyektlərinin dəyərinin xüsusiyyətlərinə gəlincə, o, aşağıdakılardan ibarətdir: bu obyektlər adi mallardan fərqli olaraq təklikdə yaradılır; eyni zamanda, onların dəyəri müəyyən ictimai zəruri əməyin təcəssüm olunduğu analoji məhsulların dəyəri ilə müqayisə edilməlidir. Mübadilə sahəsində oxşar müqayisə yeni ixtira ilə eyni istehsal sahələrində istifadə edilən məlum texniki inkişaflarla yanaşı aparıla bilər. Bütün elmi-texniki inkişaflar, bir qayda olaraq, əvvəlki nailiyyətlərə əsaslanır və hətta əsaslı şəkildə yeni ixtiralar meydana çıxdıqda belə, müqayisə üçün həmişə analoqlar (əlbəttə ki, tam olmasa da) mövcud olur.

Lisenziyalı ticarətdə isə bu xüsusiyyətlər aşağıdakılardır: maddiləşmiş əşyalarla (cihazlar, maşınlar, alətlər, maddələr və s.) əqli əmək elementləri (texniki biliklər, təcrübə) əməliyyatlara cəlb olunur, elmi cəhətdən həvəsləndirilir, lisenziya alıcısında istehsalda texniki tərəqqi, malın satıcıdan alıcıya ötürülməsi maddi deyil, dolayı formada (texniki sənədlər, texniki yardım) həyata keçirilir. Lisenziyalaşdırma əməliyyatları üçün ixtiranın rəqiblərin istifadəsindən hüquqi müdafiəsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir və onlar qanuni olaraq ixtiralardan istifadəyə icazə və ya hüquqların ötürülməsi haqqında müqavilələr kimi rəsmiləşdirilir.

Elmi- texniki nailiyyətlərin kommersiya mübadiləsinin xüsusiyyətləri, əlbəttə ki, ticarətin yeni sektoruna müəyyən spesifiklik verir, lakin onlar ticarət əməliyyatlarının iqtisadi mahiyyətini dəyişdirmir. Adi malların ticarətində, məlum olduğu kimi, iqtisadi mahiyyət ondan ibarətdir ki, malların istifadə dəyərlərinin satıcıdan alıcıya geri qaytarılması və yeni sahiblər tərəfindən son istifadəsi olmasıdır. Elmi-texniki nailiyyətlərlə aparılan lisenziya əməliyyatları eyni iqtisadi məzmuna malikdir. Texnoloji mübadilədə istifadə edilən lisenziya müqaviləsi isə elmi-texniki nailiyyətlərin əmtəə kimi xüsusiyyətlərini əks etdirən, digər təsərrüfat münasibətlərinin elementləri (icarə, xidmətlər, kapital transferi) ilə əmtəə alqı-satqısı müqaviləsinin mürəkkəb formasıdır.

Texnoloji mübadilənin həyata keçirildiyi müasir elmi-texniki əlaqələr iki böyük qrupa bölünməklə kommersiya və qeyri-kommersiya texnologiya transferinin müxtəlif formalarını ehtiva edirlər.

Qeyri- kommersiya formalarına aşağıdakılar daxildir: elmi- texniki nəşrlər, sərgilərin, yarmarkaların, simpoziumların keçirilməsi, nümayəndə heyətlərinin mübadiləsi, alim mühəndislərin görüşləri, elm və texnologiya sahəsində əməkdaşlıq üzrə təşkilatların fəaliyyəti.

Kommersiya formaları aşağıdakıları nəzərdə tutur: lisenziya müqavilələri əsasında ixtiralardan (patent, nou-hau, qeydə alınmış əmtəə nişanları, sənaye nümunələri), texniki sənədlərdən istifadə hüququnun verilməsi; maşın və avadanlıqların təchizatı; texniki yardımın göstərilməsi, "mühəndislik" kimi xidmətlərin qeydə alınması, tam avadanlığın təchizatı; mütəxəssislərin hazırlanması; idarəedici əlaqələr; elmi, texniki və sənaye əməkdaşlığı.

Texnoloji birjanın lisenziyalaşdırma forması təkcə "təmiz" lisenziyaların satışını deyil, həm də "müşayiət" adlanan lisenziyalar şəklində unikal və mütərəqqi texnologiyaların ötürülməsi üçün bir çox digər kanalları əhatə edir. Bu kanallar vasitəsilə yüksək texnologiyalı mühəndislik məhsulları, nümunələr üzrə əqdlərin bağlanması, xaricdə kompleks müəssisələrin tikintisi, mühəndislik işlərinin görülməsi, texniki yardımın göstərilməsi, mütəxəssislərin mübadiləsi zamanı qabaqcıl texnologiyalar ötürülür. Eyni zamanda, belə əməliyyatların lisenziyalı hissəsi həm patentləşdirilmiş işlənmələr, həm də patentləşdirilməyənlər ("nou-hau") üçün qeydiyyata alınmalıdır.

Mübadilə sahəsində unikal və mütərəqqi texnologiyaların alqı- satqısı ilə yanaşı, ənənəvi və hətta köhnəlmiş texnologiyanın transferi üçün müqavilələr bağlana bilər. Bu mənada, bir hissəsi unikal və mütərəqqi texnologiyalar bazarı olan bazardan danışmaq qanunauyğundur. Texnoloji birjanın yalnız bu hissəsi lisenziyalı ticarət forması və "lisenziya bazarı" anlayışı ilə əhatə olunur. Dünyada mövcud olan texnologiyaların yeniliyi, əhəmiyyəti və istifadəsi şərtlərinin bütün müxtəlifliyi və daimi dəyişməsi ilə bir tərəfdən ənənəvi texnologiya ilə unikal və xüsusilə mütərəqqi texnologiya arasındakı sərhədləri müəyyən etmək həmişə asan olmur. Bununla belə, elmi və texnoloji nailiyyətlərin əsas hissəsi, ilk növbədə patentlərlə qorunan və tərkibində "nou-hau" olanlar üçün belə bir problem mövcud deyildir. Unikal və mütərəqqi texnologiyanın ənənəvi və köhnəlmiş texnologiyadan istifadə dəyərindəki əsaslı fərqlər lisenziya bazarının kommersiya əsasında texnoloji mübadilədə müstəqil rolunu, onun inkişaf qanunauyğunluqlarını və meyillərini müəyyən etmişdir.

Lisenziyalar bazarının yaranması, mövcudluğu və inkişafı ilə bağlı mübahisə edərək, ondan çıxış etmək lazımdır ki, o, əmtəə bazarının bütün əsas xüsusiyyətlərinə malikdir. Müraciətlər sahəsində satıcılar və alıcılar arasında münasibətlərin xarakterini müəyyən edən qaydalar və adətlər mövcuddur. Özlərinə məxsus reklam formaları, qiymətqoyma üsulları, hüquq normaları, lisenziyaların əsas növləri var.

Tərəfdaşla lisenziya müqaviləsinin hazırlanmasını davam etməzdən əvvəl satıcı (lisenziya verən) əhəmiyyətli miqdarda ilkin iş görməlidir, bu halda texnologiyanın satışının mümkünlüyünü müəyyən etmək lazımdır. Beləliklə, onun xarici bazarda satılması aşağıdakı səbəblərə görə ola bilər:

-onun daxili bazarda həyata keçirilməsinin mümkünsüzlüyü və ya rentabelsizliyi;

-potensial idxalçı ölkələrdə bu texnologiyadan istifadə etməklə istehsal olunan məhsulların ixracının iqtisadi, siyasi və ya digər qeyri-mümkünlüyü;

-daxili bazarın böyük həcmi və zəif tutumu.

Lisenziyanın obyekti. konstruktiv, texnoloji xarakterli istənilən işlənmə, materialın və ya ərintinin tərkibi, maddə, faydalı qazıntıların axtarışı və çıxarılması üsulları, emalı metodu, hesablama üsulları, təşkilati, idarəetmə, maliyyə xarakterli məlumatlar və s. xidmət ola bilər. Obyekt bazarda mövcud olanlarla müqayisədə kifayət qədər texniki və iqtisadi üstünlüklərə malik olmalıdır. Onun alıcıya müəyyən texniki-iqtisadi göstəricilərə nail olunmasına zəmanət verməyə imkan verən mərhələyə qədər mənimsənilməsi arzu edilir. Təcrübə təsdiqləyir ki, potensial alıcılar tez-tez sənaye istifadəsi mərhələsinə gətirilməmiş texnologiyaları almaqdan imtina edirlər.

Lisenziyaların reklamı bazara çıxarılan məhsulların reklamından əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir, ilk növbədə o, istehlakçıya deyil, istehsalçıya yönəldilmişdir. Müqavilə bağlamaq və onun bütün şərtlərini yerinə yetirmək üçün obyektiv imkanlar yetişəndə reklam işinə başlamaq vacibdir.

Potensial alıcıların niyyətlərini və öz imkanlarını aydınlaşdırmaq üçün texniki mütəxəssislərin *ilkin danışıqları və görüşləri keçirilir.* Onlar lisenziya obyektinin bütün parametrlərini, ötürülən hüquqların həcmini, təklif olunan xidmətlərin həcmini və xarakterini, ötürülən məlumatların həcmini və növlərini, ezamiyyətlərin və təcrübələrin şərtlərini, təchizat imkanlarını ətraflı müzakirə edirlər.

Lisenziyaların əmtəə bazarının xarakterik xüsusiyyəti onun universallığı, istehsalın bütün sahələri ilə üzvi əlaqəsidir. Üstəlik, o, nə qədər əhəmiyyətli və daha yeni və ya "pioner" olsa, istehsalın digər sahələri ilə əlaqələri bir o qədər geniş və universaldır. Lisenziya bazarının əmtəə kütləsi bir çox ixtira sahibləri arasında səpələnmiş xeyli və daim artan sayda elmi və texnoloji nailiyyətlərdir. Xidmət sektorunda həm elmi-texniki nailiyyətlər haqqında məlumatların verilməsi, həm də lisenziyaların satışı üzrə ixtisaslaşan vasitəçi təşkilatların, agentlik firmalarının və brokerlərin geniş şəbəkəsi yaranmışdır.

Nəticə. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində spesifik xüsusiyyətlərə malik intellektual məhsul bazarı probleminin təhlili xüsusi yanaşma tələb edir;

- Tədqiqat və inkişaf nəticələrinin patentlərlə qorunması hər bir müəssisə üçün ən vacib vəzifədir, çünki hüquqi müdafiə olmadan onlar asanlıqla haqsız rəqabətin qurbanına çevrilə bilərlər. Yeni bir inkişaf haqqında məlumat dərc edərkən və ya patent mühafizəsi olmadan bir məhsulu bazara çıxararkən, rəqib elmi-tədqiqat işlərinə vaxt və pula qənaət etmək, bununla da əlavə gəlir əldə etmək və bazarda mövqeyini möhkəmləndirmək imkanı əldə edir.
- Məqsədinə və əhatə dairəsinə görə müxtəlif ixtiralar və təkmilləşdirmələr ümumi bir xüsusiyyətə malikdir - elmi-texniki tərəqqiyə stimullaşdırıcı təsir göstərmək, mənfəəti artırmaq üçün kapital yeni üsul və vasitələr yaratmaq və istifadə etməklə əməyin texniki proseslərində inqilab edir.
- Mühəndislik xidmətlərinin texnologiya sahəsində "nou-hau" lisenziya və biliklərin digər formaları ilə fərqi ondan ibarətdir ki, bu xidmətlər təkrar istehsal oluna bilər, lisenziyaların və "nou-hau"nun satışı isə yeni, təkrar istehsal olunmayan istehsal və digər təyinatlı biliklərin reallaşdırırlmasının əhatə edir.
- Yuxarıda deyilənləri nəzərə alaraq, elmi və texnoloji nailiyyətlərlə ticarət əməliyyatları onları adi malların ticarətindən fərqləndirən bir sıra spesifik xüsusiyyətlərə malik olduğunu göstərir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının Patent haqqında qanunu. Bakı, 2007
2. Armstronq O., Kotler F. Marketinq:İlk addım, Bakı, 581s, 2005
3. Kotler F. Marketinqə dair 300 başlıca sual: Filip kotler cavab verir. Bakı, 263s. 2016
4. Məmmədov A.T. Marketinq. Bakı, 667s. 2014
5. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник., Экономика, 2009
6. Vəliyev T.S., Babayev Ə.P., Meybullayev M.X. İqtisadi nəzəriyyə. Çalışoğlu, 685s. 2009
7. Şükürov T. Marketinq tədqiqatları. Bakı, Kooperasiya, 200s
8. Karl E.Keys., Ray C.Feyr., Şaron M. Mikroiqtisadiyyatın əsasları. Oster. Bakı, 2017

References

1. Azerbaycan Respublikasinin Patent haqqinda qanunu. Baki, 2007
2. Armstronq O., Kotler F. Marketinq:Ilk addim, Baki, 581s, 2005
3. Kotler F. Marketinqe dair 300 bashlica sual: Filip Kotler cavab verir. Baki, 263s. 2016
4. Memmedov A.T. Marketinq. Baki, 667s. 2014
5. Bagiev G.L., Tarasevich V.M., Ann H. Marketing. Uchebnik., Ekonomika, 2009
6. Veliyev T.S., Babayev E.P., Meybullayev M.X. Iqtisadi nezeriyye. Çalıshoghlu, 685s. 2009
7. Şukurov T. Marketinq tedqiqatlari. Baki, Kooperasiya, 200s
8. Karl E.Keys., Ray C.Feyr., Şaron M. Mikroiqtisadiyyatin esasları. Oster. Baki, 2017

Redaksiyaya daxil olma/Received 17.01.2023
Çapa qəbul olunma/Accepted for publication 17.02.2023

Məqaləyə istinad:. Ağayeva K.A. İntellektual məhsul bazarında marketinq və onun xüsusiyyətləri. Elmi Əsərlər jurnalı AzMİU, s.133-137, N1, 2023
For citation: Aghayeva K.A Marketing in the intellectual product market and its features. Journal of Scientific works/ Elmi eserler. AzUAC, p. 133-137, N1, 2023