

УДК 001.891:347.7

**Кобелева А.В.,
здобувач PhD,
Перерва П.Г.,**

*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри
економіки бізнесу і МEB
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

ЕТАПИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Переваги інноваційних технологій та нових знань, їх впровадження в нових інтелектуальних товарах і послугах не проявляються самі собою. Сучасна тісна взаємодія науки і суспільства, інтелектуальних технологій та бізнес-процесів мають нелінійний характер, неоднозначні і існують у складному переплетінні цілей, інтересів та реальних бізнес-перспектив. Процес комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій полягає в виділенні ряду етапів, проходження яких призводить до їх трансформації в ефективні технології, які надають їх власникам певні комерційні переваги [1-11].

Етап № 1. Це етап визначення (на основі загальної початкової бізнес-ідеї та попередніх оцінок потреб ринку) перспективних напрямків комерціалізації науково-технічних розробок підприємства (технології, послуги або продукти), які підприємство має можливості та бажання запропонувати на технологічному ринку. Цей етап включає в себе дослідження і розробки технологій підприємства, науково-технічні напрацювання для побудови схем комерціалізації наявних розробок (вони можуть бути самими різними) і формування перших інноваційних пропозицій потенційним споживачам, які є покупцями інноваційно-інтелектуальних технологій (послуг або товарів), а, можливо, навіть партнерами-виконавцями з комерціалізації цих пропозицій (за необхідності).

Етап № 2. Це етап перетворення інноваційно-інтелектуальної технології в повноцінний ринковий продукт. Передбачається створення техніко-технологічного пакету, який виступає на ринку технологій як специфічний продукт. На другому етапі зазвичай

підприємство-розробник залучає партнерів та інвестиційні фонди та враховує їх вимоги. Воно потребує підтримки і залучення найрізноманітніших фахівців, які можуть допомогти виявити, оцінити і втілити в реальність захист інтелектуальної власності, провести маркетингові дослідження, розробити бізнес-план, а також надати необхідні інформаційні матеріали і отримати необхідні сертифікати, сформувані раціоналізаторські пропозиції і розробити комерційні пропозиції на їх основі.

Етап № 3. Він являє собою етап просування інтелектуально-інноваційних технологій на відповідний технологічний ринок і пошуку конкретних зацікавлених в даній розробці споживачів. Його практична реалізація можлива самими різними способами, в тому числі таким чином: прямі звернення до споживачів та комерційні переговори з ними; науково-технічні презентації в засобах масової інформації; участь компанії-розробника в ярмарках і виставках, на семінарах і конференціях, в різних тендерах і конкурсах. При цьому можна використовувати як звичні підходи (традиційні, з використанням можливостей радіо, телебачення, преси), так і не зовсім звичні. Вважається, що для такого продукту, як інтелектуально-інноваційна технологія, доцільно вести цілеспрямований пошук по всіх можливих каналах потенційних для торговців, готувати для них конкретні цільові інноваційні пропозиції. В даний час всі ці процеси можна здійснювати, в тому числі, і в соціальних мережах.

Етап № 4. Цей етап є етапом адаптації технологічного вихідного пакета (інтелектуально-інноваційних технологій) до потреб і вимог конкретних потенційних покупців. Масового покупця інтелектуально-інноваційних технологій на ринку практично немає, так як це, зазвичай, оригінальна розробка. Тому завдання продавця - провести індивідуальну роботу з кожним з потенційних покупців. Також йому необхідно належним чином забезпечити адаптацію технологічного початкового пакета. (скажімо, шляхом проведення додаткові випробування, поліпшення будь-яких показників, які можуть бути експлуатаційними, технічними, конструкторськими або іншими).

Етап № 5. Цей етап є фінішним в процесі комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій. На цьому етапі відбувається реалізація інноваційної розробки на цільовому ринку, тобто її

комерціалізація, що передбачає безпосереднє отримання споживачем комерційного ефекту. Втілюватися цей етап може у вигляді продажу ліцензії чи патенту, у створенні спільного підприємства, у спільному (з покупцем) продовженні науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, входженні в діючу іншу компанію на базі доповнення її власністю (інтелектуальною) компанії-розробника та таке ін.

Список використаних джерел:

1. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) *Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI»*. 668 p.
2. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57.
3. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. (2021) *Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // Problems and Perspectives in Management. Vol.19, Iss.1. P.24-38.*
4. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) *Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.*
5. Гусаковська Т.О., Кобелева Т.О. Вплив розміру збитків від порушень прав інтелектуальної власності на процес ціноутворення. Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. «Технічний прогрес та ефективність виробництва». Харків: НТУ "ХПІ", 2014. № 64 (1106). С. 52-57.
6. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // Економіка: реалії часу. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
7. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100.
8. Ілляшенко С.М., Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А. Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства // Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 1. С. 53-58.
9. Маслак О.І., Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26.
10. Кобелева Т.О. Сутність та визначення комплаєнс-ризиків // Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки. Харків: НТУ "ХПІ", 2020. № 1 (3). С. 116-121.

11. Tkachova N., Kobielieva T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal. Bielsko-Biala*, 2021. № 6. 10 p.

12. Кобелєва Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: ПланетаПринт, 2020. 354 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>

УДК 005.95/.96:338.1-048.38

Корягіна Д.О.

здобувач вищої освіти

*Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ВІДНОВЛЕННЯ

Управління міжнародним бізнесом стикається зі значними проблемами в останні роки через економічний спад. Проте з нинішнім відновленням світової економіки компанії мають можливість адаптувати свої стратегії до нового середовища та забезпечити стійке зростання. Одним із ключових елементів цього процесу є ефективне управління персоналом, яке відіграє вирішальну роль у досягненні успіху бізнесу.

Першим кроком до ефективного управління персоналом є розуміння важливості залучення та утримання талантів. В економіці, що відновлюється, компанії повинні мати можливість залучати й утримувати найкращих талантів, щоб залишатися конкурентоспроможними. Це вимагає від компаній розробки ефективних стратегій підбору персоналу, орієнтованих на талановитих особистостей, які відповідають їхнім потребам. Вони також повинні створити сприятливе робоче середовище та запропонувати конкурентоспроможні пакети компенсацій, щоб утримати своїх найкращих працівників [1].

Другим елементом ефективного управління персоналом є розвиток співробітників. У зв'язку зі зміною бізнес-середовища компаніям необхідно інвестувати в програми навчання та розвитку співробітників, щоб гарантувати, що їх робоча сила має необхідні