

здійснює ведення державного Реєстру атестованих судових експертів, до якого вносяться атестовані відповідно до законодавства судові експерти.

Процедури формування та ведення Реєстру методик проведення судових експертиз врегульовані Порядком ведення Реєстру методик проведення судових експертиз, затвердженим наказом Міністерства юстиції України від 2.10.2008 р., № 1666/5 [9]. Згідно з Порядком, реєстр являє собою офіційну електронну базу даних, що ведеться з метою створення інформаційного фонду про наявність методик проведення судових експертиз, які атестовані та рекомендовані до впровадження в експертну практику відповідно до Порядку атестації та державної реєстрації методик проведення судових експертиз, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 02.07.2008 р. № 595 [10].

Проте необхідність удосконалення методики судово-економічної експертизи обумовлена тим, що слідчі часто зазнають труднощів у виявленні фактів викривлення результатів економічної діяльності і порушень фінансової дисципліни, що викликають матеріальні збитки для підприємства. При цьому висновок судово-економічної експертизи залишається одним із основних джерел доказів у кримінальному провадженні, тому він має ґрунтуватися на використанні прогресивних методів експертного дослідження із застосуванням сучасних інформаційних технологій, аналітичних інструментів та digital платформ.

Таким чином, існуюча наразі система судово-експертної діяльності в Україні вимагає детального наукового дослідження з метою чіткого та вичерпного визначення основних напрямків, форм і процедур організаційного, інформаційного та методичного забезпечення функціонування судово-експертних установ України як одного з головних аспектів адміністративно-правового регулювання їх діяльності, адже від функціонування незалежної, кваліфікованої та об'єктивної експертизи, орієнтованої на максимальне використання сучасних досягнень науки й техніки, сьогодні багато в чому залежить ефективність правосуддя.

1. Про судову експертизу: Закон України від 25 лютого 1994 р. №4038 – XII. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12> (дата звернення 28.03.2020).

2. Романів С.Р. Судово-економічна експертиза в Україні: її економічна суть та кадрове забезпечення / С.Р. Романів, Л.А. Будник, С.І. Саченко // Інфраструктура ринку. – Випуск 23. – 2018. – С.343-350. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/23_2018_ukr/61.pdf (дата звернення 28.03.2020).

3. Інструкція про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень та Науково-методичних рекомендацій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень: Наказ Міністерства юстиції України від 08.10.1998 р. №53/5. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/z0705-98> (дата звернення 28.03.2020).

4. Кримінальний процесуальний кодекс України від 13 квітня 2012 р. №4651 – VI. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4651-17> (дата звернення 28.03.2020).

5. Цивільний процесуальний кодекс України від 18 березня 2004 р. №1618-IV. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15> (дата звернення 28.03.2020).

6. Господарський процесуальний кодекс України від 6 листопада 1991 р. № 1798-XII. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1798-12#n1977> (дата звернення 28.03.2020).

7. Кодекс адміністративного судочинства від 6 липня 2005 р. № 2747-IV. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747-15> (дата звернення 28.03.2020).

8. Пугаченко О. Б. Вимоги процесуального законодавства в частині участі експерта при проведенні судової експертизи з економічних питань [Текст] / О. Б. Пугаченко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету: Економічні науки. / Вип. 24. – Кіровоград: КНТУ, 2013. – С. 340-348.

9. Порядок ведення Реєстру методик проведення судових експертиз: Наказ Міністерства юстиції України від 2.10.2008 р. № 1666/5. *Міністерство юстиції України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/z0924-08> (дата звернення 28.03.2020).

10. Порядок атестації та державної реєстрації методик проведення судових експертиз: Постанова Кабінету Міністрів України від 02.07.2008 р. № 595. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-2008-%D0%BF> (дата звернення 28.03.2020).

1.7. Міжнародний трансфер та комерціалізація технологій: дослідження термінології та методів управління

Перерва П.Г., Черепанова В.І., Новік І.О., Погорелов С.М., Синіговець О.М.

Залучення результатів науково-технічних досліджень в діяльність підприємств реального сектора міжнародного бізнесу служить одним з ключових напрямків зростання вітчизняної економіки, що забезпечує реалізацію національних інтересів України. Реалізація міжнародного потенціалу науково-технічного комплексу країни направлено на збільшення валового внутрішнього продукту, створення нових виробничих потужностей, зростання продуктивності і якості праці.

Комерціалізація технологій – це процес трансформації наукових результатів (ідей, винаходів, нових технологій) в продукти, які можуть бути реалізовані на комерційній основі. Разом з тим, в економічній літературі термін «комерціалізація технологій» часто вживають у зв'язці з іншим поняттям – «трансфер технологій», суттю якого є їх впровадження (використання), а змістом і специфічною особливістю –

відносини, що складаються між економічними суб'єктами (розробниками або власниками і споживачами) в процесі ринкового обміну. Економічна сутність трансферу та комерціалізації технологій часто є предметом наукової дискусії, тому, на наш погляд, є потреба більш детально розглянути їх економічні сутність.

Міжнародний трансфер технології – це передача технології, що оформляється шляхом укладення двостороннього або багатостороннього договору між міжнародними фізичними та/або юридичними особами, яким установлюються, змінюються або припиняються майнові права і обов'язки щодо даної технології.

Завдання вдосконалення механізму міжнародної комерційної реалізації результатів інноваційної діяльності належить до числа найважливіших теоретичних і практичних аспектів економічного розвитку. Вирішення даного питання безпосередньо залежить від розвитку ринку інтелектуальної власності, який якраз і забезпечує дієвий механізм реалізації науково-технічних досягнень у формі інтелектуальної власності. Треба констатувати той факт, що створення інновацій – це тільки половина справи і не завжди більша. Друга половина з точки зору досягнення кінцевого результату інноваційної діяльності – це отримати певний ефект для розробника або власника початкового результату інноваційної діяльності. В більшості випадків мова йде про презентацію отриманого результату на ринку і його продаж. У цьому сенсі спочатку слід говорити про упровадження інноваційної розробки, яке може відбутися на комерційній основі, тобто за гроші. У такому випадку йдеться про процес, який прийнято називати комерціалізацією. Упровадження інновацій може проходити і без фінансових витрат (наприклад, соціальні, екологічні розробки) – це буде некомерційне упровадження.

Міжнародна комерціалізація технологій (від лат. *commercium* – торгівля) – це процес перетворення результатів науково-технічної та інноваційної діяльності в товар і їх ефективна реалізація в промислових масштабах. Комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу. Система міжнародної комерціалізації продуктів інноваційної діяльності складається з оцінки не тільки процесу комерціалізації, але і трансферу. Методи, механізми трансферу прямо впливають на формування стратегії продажу об'єктів комерціалізації. Тому умови міжнародного трансферу мають бути також досліджені, оптимізовані та відображені в стратегії міжнародної комерціалізації результатів інноваційної діяльності.

Слід відзначити, що поняття «комерціалізація інновацій» з'явилося у вітчизняній економічній літературі недавно і прямо пов'язане з

переорієнтацією на ринкові відносини в більшості сфер людської діяльності. Часто його вживають у тісному взаємозв'язку з іншим поняттям – «трансфер інновацій (новацій, продуктів, технологій)», хоча зміст понять «трансфер» і «комерціалізація» неоднаковий.

Термін «*трансфер*» (від англ. – *transfer*) – передача, переміщення успішно замінило термін «упровадження», яким при плановій економіці характеризували процеси втілення в життя інноваційної пропозиції. Проте це не просте заміщення, а істотне перетворення значення процесу. На відміну від упровадження (яке передбачає активний або пасивний опір середовища, в яке упроваджується щось чужорідне), трансфер полягає не лише в передаванні інформації про новачку, але і в її освоєнні при активній позитивній участі і джерела цієї інформації (наприклад, автора винаходу), і реципієнта, приймача та реалізатора інформації про інновацію, і кінцевого споживача продукту, який виробляється за допомогою цієї інновації. Тому основний акцент при трансфері інновацій робиться не стільки на новому продукті або технології, скільки на суб'єктах – учасниках цього процесу.

Процес міжнародного трансферу є ширшим і більш загальним, ніж процес комерціалізації, оскільки здійснює передачу об'єкта до споживача і за наявності комерційної складової, і без неї. Комерційна складова при трансфері технологій часто відсутня тоді, коли впроваджуються соціальні та екологічні новації. Трансфер завершує процес комерціалізації результатом – фактом купівлі-продажу. Тому комерціалізація є складовою процесу трансферу, а процес комерціалізації є складовою інноваційного процесу. Система управління комерціалізацією результатів інноваційної діяльності складається з об'єкта управління та управляючої системи і є складовою системи управління новаційно-інноваційною діяльністю.

Ключовими факторами міжнародного трансферу технологій прийнято вважати: новачку: технологію, продукцію, послугу – її рівень, конкурентні переваги, ринкову затребуваність; ресурси: технологічні, трудові, матеріальні, фінансові; менеджмент: наявність керівника проекту, стратегію управління проектом, вміння зібрати і організувати команду, здатність організувати взаємодію з інвесторами, покупцями, постачальниками.

Міжнародного трансферу технологій притаманні такі особливості: підвищений рівень ризику і невизначеності, труднощі оцінки економічного ефекту від інновацій, обмежена раціональність економічних агентів в процесі комерціалізації; висока специфічність технологій як товару в поєднанні з разовим характером угод; необхідність формування нового ринку збуту, попиту на інноваційні

товари, або вихід на новий ринок, або зміна сегмента споживача; асиметричність інформації у учасників обміну на ринку ідей; складності специфікації, захисту прав на об'єкт ринкових відносин – інтелектуальну власність; прискорення темпів комерціалізації результатів НДДКР, скорочення життєвих циклів технологій; велика кількість учасників процесу і посилюється взаємозалежність між ними; переважання персональних контрактів між власниками інтелектуальної власності та компаніями, що використовують результати досліджень у виробництві; високі транзакційні витрати при комерціалізації технологій.

Перераховані характеристики процесу комерціалізації вимагають формування системи інститутів як основи інтенсивності та ефективності комерціалізації технологій, що дозволить знизити ризики невизначеності інноваційного підприємництва, підвищити ступінь взаємодії економічних агентів, ступінь дотримання прав на інтелектуальну власність, знизити величину витрат при комерціалізації.

Таким чином, у першому наближенні відмінність між трансфером і комерціалізацією можна укласти в два пункти:

а) комерціалізація інновацій передбачає обов'язкове отримання прибутку і не обов'язково пов'язана з підключенням третіх осіб (окрім джерела інновації і кінцевого споживача);

б) трансфер інновацій передбачає обов'язкову передачу технології реципієнту, який і здійснює її промислове освоєння, але це не обов'язково пов'язане з отриманням прибутку як власником інновації, так і її реципієнтом (зокрема, це стосується соціальних або екологічних технологій).

Останнє твердження для суб'єкта ринкової економіки може виявитися незвичним, оскільки в більшості публікацій на цю тему при трансфері інновацій також передбачається саме отримання прибутку власником інновації. Втім, поняття прибутку іноді включає і такі нематеріальні поняття, як «добре ім'я», репутація, позитивний імідж, що в ряді випадків коштує значно більше за прямі доходи від продажу.

Об'єкт міжнародного трансферу технологій – це наукові та науково-технічні результати, об'єкти права інтелектуальної власності (зокрема, винаходи, корисні моделі, твори наукового, технічного характеру, комп'ютерні програми, комерційні таємниці, ноу-хау або їх сукупність), в яких відображено перелік, строк, порядок та послідовність виконання операцій, процесу виробництва та/або реалізації і зберігання продукції.

Специфічна форма існування ОІВ, не традиційність змісту і інституційної форми відносин інтелектуальної власності приводить до

необхідності визначення інтелектуальної власності як самостійної економічної категорії, що виражає систему соціально-економічних і правових відносин з приводу створення, набуття прав, їх охорони та захисту і комерційної реалізації продуктів інтелектуальної діяльності.

Таким чином, *об'єкт міжнародного трансферу технологій (об'єкт інтелектуальної власності – ОІВ)* визначається як специфічний товар, що оперує на ринку інтелектуальних продуктів, носить нематеріальний характер та має різноманітні форми комерційної та некомерційної реалізації прав на себе, що дозволяє неодноразово його експлуатувати з метою отримання прибутку або без такого. Останнє зауваження стосується ОІВ, які, зокрема, носять соціальний або екологічний характер. До таких ОІВ в більшій мірі є прийнятним термін «трансфер», чим «комерціалізація». Виходячи із приведеного визначення, зробимо висновок про доцільність комплексного підходу до аналізу відносин інтелектуальної власності з точки зору, як економічного змісту, так і інституційної форми, чому найбільшою мірою відповідає методологія інституційної теорії прав власності.

Сучасна практика створення та використання ОІВ значно збагатила структуру інституту прав на окремі її складові (рис. 1), що потребує свого окремого більш детального розгляду окремих складових ОІВ.

До об'єктів комерційної та службової таємниці відносяться: відомості комерційного характеру (зведення про кон'юнктуру ринку, банківські відносини, кредити, позики, довгі, об'єми комерційної діяльності, відомості про укладені договори, списки клієнтів, ділове листування, форми і види розрахунків і так далі); секрети виробництва – «ноу-хау» (не захищені патентами винаходи, різні методи, способи, навички, знання і так далі); зведення про організаційно-управлінську діяльність підприємства.

Процес комерціалізації залежно від стадії втілення комерційної ідеї може набувати проектної або реальної форми (стадії). Об'єктами комерціалізації можуть бути ресурси, виробничі процеси, результати виробничого процесу (табл. 1).

Подані в табл. 1 різновиди комерціалізації дають можливість сформувати концептуальну основу для застосування комерціалізаційних процесів в інноваційній діяльності.

Процеси, що пов'язані з комерціалізацією ресурсів, для здійснення інноваційної діяльності неактуальні і не відповідають її цілям. Комерціалізація ресурсів більш пов'язана з оптимізацією оперативної та фінансової сфер діяльності підприємства. Тому ці види комерціалізації (проектна та реальна її форми) до інноваційної діяльності мають опосередковане відношення.

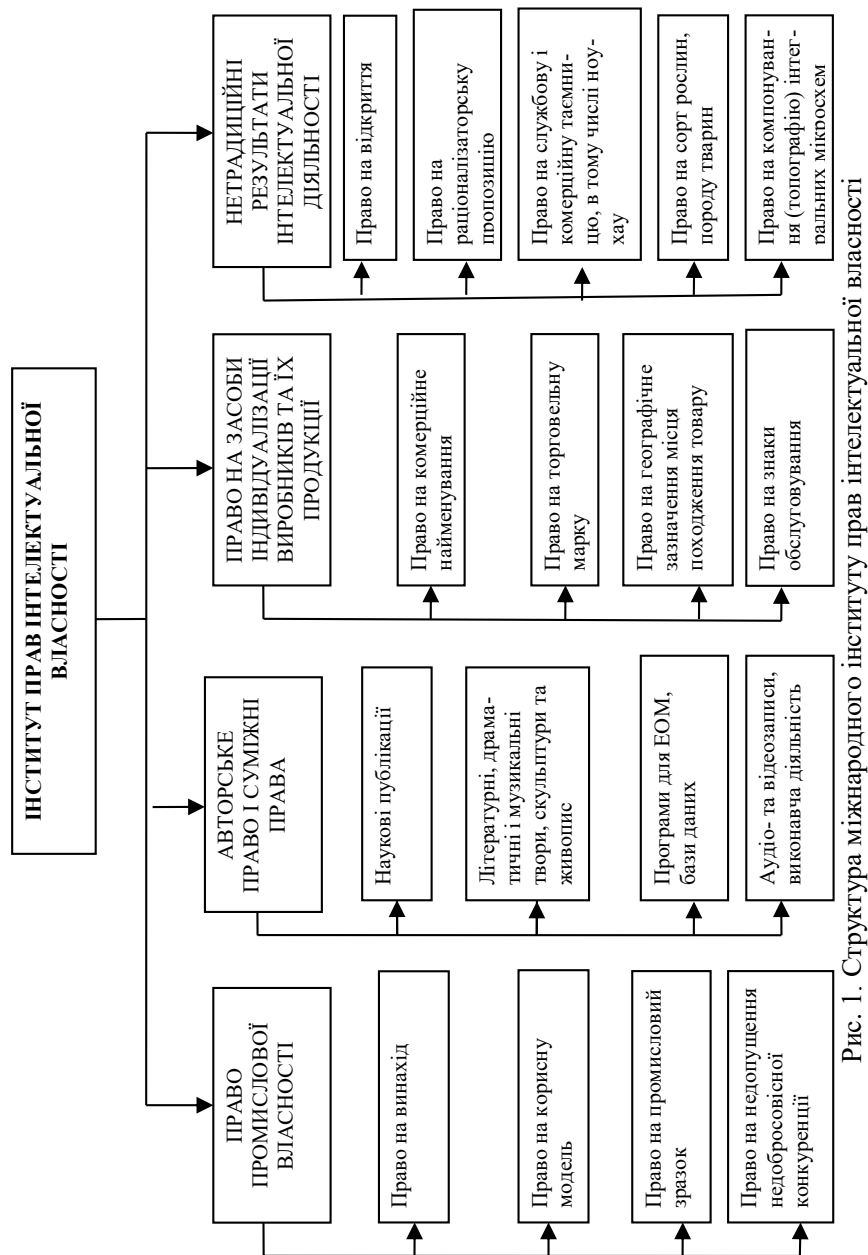


Рис. 1. Структура міжнародного інституту прав інтелектуальної власності

Таблиця 1 – Різновиди комерціалізації залежно від стадій втілення комерційної ідеї та об'єкта комерціалізації

Об'єкт комерціалізації	Стадії втілення комерційної ідеї	
	Проектна	Реальна
Ресурси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) ресурсів	Комерціалізація ресурсів
Процеси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) процесів	Комерціалізація процесів
Результати	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) результатів	Комерціалізація результатів

Проекти з комерціалізації результату інноваційної діяльності не розглядаються окремо від бізнес-процесів, оскільки вони є логічним завершенням інноваційного бізнесу. Тому їх подання разом з проектом бізнесу є взаємодоповнюючим. У випадку купівлі-продажу бізнесу проекти з комерціалізації результату інноваційної діяльності не зменшують його цінності, а, навпаки, сприяють зниженню рівня ризику та підвищенню рівня довіри у клієнта.

Залежно від цілей підприємця інноваційної сфери діяльності слід виділити такі види процесів комерціалізації, які доцільно об'єднати у відповідні три групи:

- комерціалізація проекту процесу (бізнесу, технології) створення результатів інноваційної діяльності;
- комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності;
- комерціалізація результатів інноваційної діяльності.

Комерціалізація проекту процесу зі створення результатів інноваційної діяльності передбачає виведення на ринок з метою повного або часткового продажу проекту зі створення процесу, що реалізує комерційну ідею. Частковий продаж означає залучення до проекту інвесторів та кредиторів (опосередковані споживачі) на взаємовигідних умовах. Комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності – виведення на ринок з метою повного або часткового продажу процесу, що реалізує комерційну ідею. Комерціалізація результатів інноваційної діяльності – процес виведення на ринок комерційної ідеї у формі нового ресурсу, товару (послуги) чи процесу (технології) з метою їх продажу прямим (кінцевим) споживачам.

Ефективне управління ОІВ і їх активне використання, направлене на створення сучасних, товарів і послуг, що відповідають вимогам ринку, дає істотні конкурентні переваги і дозволяє підприємствам реалізувати свої стратегічні цілі і задачі. Управління ОІВ на рівні окремо взятого підприємства пов'язане з пошуком способів ефективного створення і використання знань і інформації для досягнення поставлених

економічних цілей – таких, як зростання прибутку, економія витрат, збільшення об'ємів реалізації продукції. Інтелектуальна власність є умовою та основою розвитку підприємства в цілому. ОІВ підприємства – це сукупність індивідуальних інтелектуальних потенціалів персоналу підприємства, які можуть визвати синергетичний ефект.

У свою чергу, особистий інтелектуальний потенціал окремого працівника – це його знання, навички, здатності до творчості і саморозвитку.

Передумовами організації самостійної системи управління інтелектуальними ресурсами у складі системи управління підприємством є: різноманіття форм і видів ОІВ; необхідність вироблення комплексної стратегії у області управління інтелектуальним потенціалом підприємств; специфіка інструментів, методів і різноманіття функцій управління ОІВ; значна кількість служб і підрозділів, що беруть участь в процесі генерації і перетворення інформації про ОІВ; необхідність координації в процесі управління ОІВ; висока прибутковість операцій з ОІВ; високий ризик виникнення несумлінної конкуренції.

Створення і розвиток системи управління ОІВ, забезпечення умов для її ефективного функціонування, оцінка результативності і ошук шляхів подальшого вдосконалення організації управління – все це найважливіші аспекти управління ОІВ підприємства.

Управління підприємством припускає наявність певних уявлень про формування, використання і особливості відтворення ОІВ (рис.2). Всі накопичені знання, уміння, навички, творчі можливості, реально включені у виробництво по створенню товарів і послуг, і приносячи дохід своєму власнику, виступатимуть у формі інтелектуального капіталу.

Здібність до праці придбаває властивості інтелектуального капіталу, коли відбувається принципова, якісна видозміна всієї сукупності властивостей, що становлять якість робочої сили, що робить її власника здатним створювати стійкий, надмірний, додатковий продукт, затребуваний суспільством, і, відповідно, надмірну додаткову вартість, яка стає стійким джерелом додаткового доходу на капітал.

Управління ОІВ припускає виконання ряду функцій, направлених на раціональне формування, використання і розвиток ОІВ підприємства, які можна систематизувати по окремих напрямках діяльності (табл.2).

Відтворення ОІВ є динамічним процесом, етапи і структура якого аналогічні формам руху капіталу підприємства, проте мають певні істотні особливості. Цей процес включає стадії формування, використання, відновлення і розвитку ОІВ. Формування ОІВ підприємства здійснюється на основі їх придбання, з одного боку, і нарощування власних ОІВ шляхом самостійних розробок і навчання, з другого боку.



Рис. 2. Система управління об'єктами інтелектуальної власності в загальній системі управління підприємством

Таблиця 2 – Функціональні підсистеми управління ОІВ підприємства

Назви підсистем	Зміст функцій, що реалізуються підсистемами
1. Підсистема управління знаннями	<ul style="list-style-type: none"> планування, організація, контроль і регулювання процесу розвитку наукових і технічних знань фахівців; формування інтелектуально-інформаційного середовища, сприяючого генерації нових ідей, розвитку творчості, винахідливості, раціоналізації; формування інтелектуальної бази, що дозволяє підприємству адаптуватися і утримувати свої позиції; формування і ефективне використання фондів знань
2. Підсистема управління НДДКР	<ul style="list-style-type: none"> планування, організація і контроль наукових досліджень; планування, організація і контроль дослідно-конструкторських та технологічних робіт планування, організація і контроль дослідного господарства
3. Підсистема управління інноваційним потенціалом	<ul style="list-style-type: none"> оцінка потенційних можливостей підприємства по створенню ОІВ; оцінка ефективності використання інноваційного потенціалу; оцінка ефективності використання інноваційного потенціалу; розробка програм заходів щодо вдосконалення і розвитку ОІВ, підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу.
4. Управління внутрішньою і зовнішньою інформацією	<ul style="list-style-type: none"> координування дій фахівців, заданих в процесі управління ОІВ, за рахунок формалізації і регламентації різних процедур; формування системи збору, передачі, обробки, зберігання і використання внутрішньої і зовнішньої інформації.
5. Підсистема управління портфелем прав на ОІВ	<ul style="list-style-type: none"> оптимізація складу портфеля прав власності на об'єкти інтелектуальної власності відповідно до стратегії розвитку підприємства; планування та обґрунтування патентно-ліцензійних операцій; розробка організаційно-технічних заходів, що забезпечують надійну правову охорону та захист ОІВ.
6. Підсистема ринкових досліджень	<ul style="list-style-type: none"> планування, організація та контроль маркетингової діяльності; позиціонування ОІВ на внутрішньому та зовнішньому ринках; управління ціною політикою на ОІВ; рекламна діяльність та стимулювання збуту ОІВ
7. Управління соціально-екологічним трансфером ОІВ	<ul style="list-style-type: none"> пошук соціально-екологічно значимих об'єктів інтелектуальної власності; формування організаційно-економічного механізму здійснення соціально-екологічного трансферу з участю держави; оцінка соціально-екологічної ефективності.
8. Управління комерціалізацією	<ul style="list-style-type: none"> забезпечення умов для отримання максимальної вигоди від використання ОІВ; аналіз і оцінка вартості прав на ОІВ, моніторинг комерційного потенціалу ОІВ.
9. Підсистема інтелектуального розвитку персоналу	<ul style="list-style-type: none"> прогнозування потреби в інтелектуальних ресурсах; виявлення емоційно-психологічного і інтелектуального потенціалу співробітників; забезпечення умов безперервного вдосконалення і розвитку персоналу.

Для розвитку економіки країни необхідно нарощування темпів міжнародного трансферу унікальних і прогресивних технологій, залучення фінансових ресурсів для активізації міжнародної інноваційної діяльності. При цьому впровадження інновацій на підприємствах повинно бути поставлено на системну основу, що дозволить налагодити виробництво і розвиток ефективної інфраструктури міжнародної комерціалізації і трансферу технологій.

- Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. – 668 p.
- Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobielieva T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. – Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018.- 689 p.
- Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2015. – № 4. – С. 11-19.
- Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. – К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
- Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.
- Грabenко А.И., Перерва П.Г., Смоловик Р.Ф. Основы маркетинга высоких технологий. Харьков : ХГПУ, 1999. 242с.
- Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
- Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
- Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
- Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»* : зб. наук. пр.- Сер. : *Економічні науки*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
- Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 6. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга.-М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.
- Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
- Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков : Фактор, 2009. 480 с.
- Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288с.
- Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку // *Маркетинг інновацій і інновацій в маркетингу: збірник тез доповідей П'ятої міжнародної науково-практичної конференції*. Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2011. С. 161-163.
- Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
- Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.

18. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. 2011. №4. С. 116-120.

19. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЄВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

1.8. Управління економічними характеристиками життєвого циклу міжнародних інноваційних проектів

Перерва П.Г., Максименко Я.А., Сокол К.М., Гарник Л.П., Климова С.О.

Серед форм міжнародного співробітництва, таких як організація спільних міжнародних науково-практичних семінарів та конференцій, академічна мобільність (викладацький і студентський обмін), написання колективних монографій, проектна діяльність, з нашої точки зору, виступає як найбільш перспективна і унікальна форма інтеграційного характеру, яка акумулює в собі різні види міжнародного співробітництва та продукує до життя нові змісти.

Міжнародний проект в термінології менеджменту проектів визначається як повний, завершений цикл продуктивної інноваційної діяльності групи країн. Проект (дослівно «кинутий вперед») – «це обмежена в часі цілеспрямована зміна окремої системи з встановленими вимогами до якості результатів, можливими рамками витрати засобів і ресурсів і специфічною організацією» [1, с. 188]. Наведемо ще одне визначення, дане Німецьким інститутом стандартизації DIN: «Проект – це план, який, як правило, характеризується сукупністю виняткових умов, наприклад, зазначенням мети, тимчасовими, фінансовими, кадровими та іншими обмеженнями, відділений від інших заходів. Передбачається створення спеціальної організації для реалізації проекту» [3, с. 20]. В.І.Катаєва, аналізуючи специфіку проектів соціальної сфери, розмежовує поняття «концепція», «програма» і «проект», стверджуючи, що «проект, на відміну від програми, є не просто засобом управління діяльністю, а необхідною умовою отримання фінансування ... принципи побудови діяльності, закладені в проєкті, дозволяють більш ефективно використовувати ресурси, організовувати спільну діяльність, спираючись на конкретні очікувані результати, закладені в проєкті, і т. д. проект – найбільш приземлена, конкретна і реально здійсненна форма діяльності будь-якої організації або установи соціальної сфери» [2, с. 165].

У сучасній теорії управління розрізняють два види управління міжнародними проектами: процесне і проектне, яке є управлінням в умовах інноваційного режиму функціонування. Проект може розглядатися саме як один із способів стратегічного планування

діяльності організації. «Робота по проектам – це один із способів гнучко і своєчасно реагувати на мінливі умови зовнішнього середовища не тільки і не стільки для власного виживання, а для результативного вирішення проблем цільових груп» [Катаєва, с. 160]. У структурі вищого навчального закладу міжнародний проект виступає саме як форма міжнародної діяльності, як своєрідна творча задача, пошук вирішення якої передбачає максимальну актуалізацію науково-практичної потенціалу проектного колективу.

Управління міжнародними проектами за кордоном – це розділ знань управління проектами, що включають історичний нарис і тенденції розвитку управління проектами за кордоном як професійної сфери діяльності (від витоків до сучасного стану). При розгляді управління міжнародними проектами з позиції «Міжнародні проекти» мова йде про організацію спільної діяльності (практики) ведення проектів сторонами організаторами і учасниками проекту (країнами, міжнародними організаціями та ін.) В будь-якій області діяльності (політика, економіка, промислове виробництво, торгівля, культура та ін.).

Формулювання поняття «управління міжнародним проектом» здійснюється в контексті таких понять: міжнародний проект, міжнародний бізнес, міжнародний менеджмент. При цьому розглядаються:

- ✓ проект – як система, якою управляють;
- ✓ менеджмент – як управління;
- ✓ бізнес – як ділове взаємодія;
- ✓ міжнародний – як поділ сторін-учасниць по «гео-економіко-політичного» принципом, з урахуванням горизонтальної та вертикальної інтеграції.

Кожний міжнародний проект незалежно від складності і обсягу робіт, які необхідні для його виконання, проходить у своєму розвитку певні етапи: від стану, коли проекту ще немає, до стану, коли проекту вже немає. Сукупність ступенів розвитку від виникнення ідеї до повного завершення проекту створює життєвий цикл інноваційного проекту, який прийнято розділяти на окремі етапи (фази, стадії). Є певні відмінності в визначенні кількості етапів та їх змісту, в зв'язку з тим, що характеристики етапів багато в чому залежать від умов здійснення конкретного проекту і досвіду учасників по його виконанню. Разом з тим, логіка і основний зміст процесу розвитку інноваційних проектів у більшості випадків є загальними.

У теорії і практиці інноваційної діяльності прийнято склад і зміст робіт по реалізації проектів розділяти на наступні етапи [Бурков]: формування концепції; розробка комерційної пропозиції;