

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПО КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

М.В. МАСЛАК

к.е.н., доцент кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Бізнес-планування виробництва та ринкової реалізації науково-технічного продукту являється базою для проведення економічного обґрунтування комерціалізації результатів інноваційної діяльності, базовим поняття в якій є об'єкти інтелектуальної власності.

У випадку економічного обґрунтування розробки науково-технічної продукції є бізнес-план виробництва та ринкової реалізації науково-технічного продукту. Для цілей комерціалізації може бути рекомендований наступний порядок розробки його розробки:

– дослідження цільового ринку збуту продукції (результатів досліджень) з точки зору основних ринкових параметрів: обсягу ринку, місткості, наявності попиту, описи потенційних споживачів тощо. Вказані дослідження виконуються з метою визначення цільових груп споживачів та оцінки прогнозних обсягів продажу продукції (результатів досліджень);

– розробка плану маркетингу зі збуту та просування продукції з формуванням конкретних заходів щодо стимулювання ринкового попиту та визначення можливої ціни реалізації продукції або результатів наукової діяльності;

– розробка плану виробництва (проведення досліджень) з метою визначення обсягів необхідних матеріальних, трудових та фінансових ресурсів для організації виробництва продукції або комерціалізації результатів

досліджень. У плані виробництва визначаються необхідний склад обладнання, перелік матеріалів та комплектуючих для виробництва, витрати на трудові ресурси та інші необхідні витрати. Результатом розробки плану виробництва стає визначення собівартості продукції, що розробляється;

– розробка фінансового плану, який включає прогноз доходів і витрат, пов'язаних з виробництвом розроблюваної продукції (проведенням досліджень), а також прогнозування грошових потоків і розрахунок показників ефективності реалізації проекту.

Загальна структура розділів бізнес-плану, а також їх короткий зміст і задачі, що вирішуються стосовно комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні розділ бізнес-плану комерціалізації результатів інноваційної діяльності

№	Назва розділу	Зміст розділу	Завдання аналізу та оцінки
1	Резюме (вступна частина)	Основні положення запропонованого проекту Ціль проекту, новизна продукції Відомості про обсяг продажу, виручку, витрати, прибуток Аналіз та оцінка обсягу продаж Аналіз витрат Оцінка ризику Оцінка прибутку	Аналіз та оцінка обсягу продажів Аналіз витрат Оцінка ризику Оцінка прибутку
2	Продукція (результати досліджень)	Опис продукції: споживчі властивості, відхилення від продукції конкурентів, ступінь захищеності патентами, прогноз ціни та витрат на виробництво	Оцінка властивостей продукції (результатів досліджень) Аналіз товарів конкурентів Аналіз цін та витрат на виробництво
3	Ринок збуту	Стан справ у галузі Потенційні споживачі. Ринкова кон'юнктура Інформація про ринок	Оцінка стану справ у галузі Аналіз темпів приросту продукції Аналіз потенційних споживачів Аналіз ринкової кон'юнктури
4	Конкуренція	Опис потенційних конкурентів Опис аналогічної продукції на ринку, її порівняльних	Порівняльний аналіз показників діяльності конкурентів

		характеристик	Аналіз мети, стратегії конкурентів Аналіз сильних і слабких сторін продукції, що розробляється
5	План маркетингу	Ціни Канали збуту Рекламна політика Ціноутворення Цінові показники Бюджет продажу	Аналіз стану ринку Аналіз зміни цін Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів Аналіз ефективності реклами Аналіз виробничих можливостей
6	План виробництва	Виробничий процес Бюджет виробництва Обладнання, будівлі, споруди Трудові ресурси Витрати виробництво продукції	Аналіз основних фондів та фондовозброєності Аналіз сировини та матеріалів Аналіз трудових ресурсів Аналіз собівартості продукції (провідних досліджень)
7	Організаційний план	Організаційна схема реалізації проекту Опис системи керування Джерела та способи залучення фахівців, їх заробітна плата	Аналіз ефективності управління Аналіз ритмічності виробництва Виявлення та вимірювання внутрішніх резервів
8	Фінансовий план	Прогноз обсягів реалізації Грошові витрати та надходження Бюджет доходів та витрат Бюджет руху грошових коштів Графік беззбитковості	Фінансовий аналіз діяльності підприємства Аналіз руху грошових коштів Аналіз беззбитковості Аналіз доходів та витрат
9	Стратегія фінансування	Визначення величини та джерел фінансування Обґрунтування повного повернення коштів та отримання доходів	Аналіз джерел фінансування Аналіз платоспроможності Аналіз термінів окупності вкладень Оцінка інвестиційної ефективності
10	Оцінка ризику та страхування	Слабкі сторони проекту Ймовірність появи нових технологій Альтернативні стратегії Заходи профілактики ризику Програма страхування ризиків	Аналіз ризику за джерелами виникнення та причин Заходи мінімізації наслідків настання ризиків Сценарний аналіз рішень
11	Додатки	Копії контрактів, ліцензій, договору та ін.	

Крім названих вище розділів (табл.1), бізнес-план обґрунтування розробки науково-технічної продукції або комерціалізації результатів наукової діяльності може містити в собі й інші необхідні розділи, розробка яких визначається специфікою цілей і завдань отримання реального прибутку від комерційного використання об'єктів інтелектуальної власності.

Аналіз проблем бізнес-планування процесів комерціалізації інтелектуальної власності та визначення ключових недоліків дають привід для визначення напрямів удосконалення політики у сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Найважливішими серед них є:

- розробка чітких механізмів нормативно-правового регулювання, а саме кодифікація законодавства (створення та затвердження Кодексу про інтелектуальну власність);

- діалог між наукою та виробництвом, що тягне запровадження комплексу дій (дослідження та розробку тощо);

- створення інфраструктури запровадження результатів науково-технічної діяльності у виробництво;

- створення замкнених циклів (ідея-виробництво-споживання);

- створення спеціальних комплексних структур, до функцій яких належало: проведення експертної оцінки їх комерційного потенціалу, дослідження кон'юнктури ринку, пропозиція новим розробкам фінансової підтримки, контроль за виготовленням конкурентоспроможної продукції, просування об'єктів інтелектуальної власності на вітчизняні та іноземні ринки, уникнення несанкціонованого використання та розповсюдження об'єктів інтелектуальної власності;

- створення національної системи підвищення кваліфікації фахівців з інтелектуальної власності.

Прийняття та впровадження цих рекомендацій забезпечить якісно новий рівень економічних відносин та дасть змогу стимулювати розвиток легітимного ринку інтелектуальної власності через законне використання об'єктів інтелектуальної власності, їх комерціалізації, підвищити правову культуру

населення у названій сфері та розвивати цивілізований ринок об'єктів права інтелектуальної власності.

Література

1. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
2. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
3. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
4. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
5. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
6. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
7. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
8. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
9. Kosenko O.P., Kobieliyeva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

10. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
11. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
12. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
14. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
15. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
16. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
17. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
18. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч. посібник для інж.-техн. вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.
20. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.