

УДК 658.152:65.011:621(043.3)

Косенко О. П., д.е.н., професор, Косенко А. В., к.е.н., професор, Зозуля М. О., студентка (Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків)

МЕТОДОЛОГІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У ході проведення ринкових реформ в Україні проблема ефективного використання науково-технічних досягнень у виробництві не зникає, а, навпаки, для багатьох підприємств, що зіткнулися з новими для них проблемами конкуренції, виживання в жорстких умовах ринку, саме інтелектуально-інноваційна діяльність та її результати можуть стати умовою успіху [1; 6]. Технологічні проекти, які виступають основною формою організації бізнесу в наукоємних і технологічно орієнтованих фірмах, поряд із загальними характеристиками, які характерні для всіх інвестиційних проєктам, мають цілий ряд специфічних властивостей, характерних саме для процесів формування і використання інтелектуально-інноваційних технологій на промислових і, зокрема, на машинобудівних підприємствах.

В таких умовах виникає нагальна необхідність в науковому обґрунтуванні організаційних механізмів, які б створювали відповідні умови для ефективного управління та проведення процесів розробки, трансферу (комерціалізації) та споживання інтелектуально-інноваційних технологій [2-5]. Проведений нами ретроспективний аналіз існуючих підходів до вирішення

цієї задачі свідчить про те, що теорія і практика інноваційної діяльності в світі накопичила певний досвід організаційного забезпечення інтелектуально-інноваційної діяльності на підприємствах і в організаціях. Її задача – отримання інноваційного продукту на протязі всього періоду її створення – від зародження ідеї до її комерційної реалізації. Наглядне співвідношення етапів і результатів проведення інтелектуально-інноваційної діяльності представлено нами на рисунку.

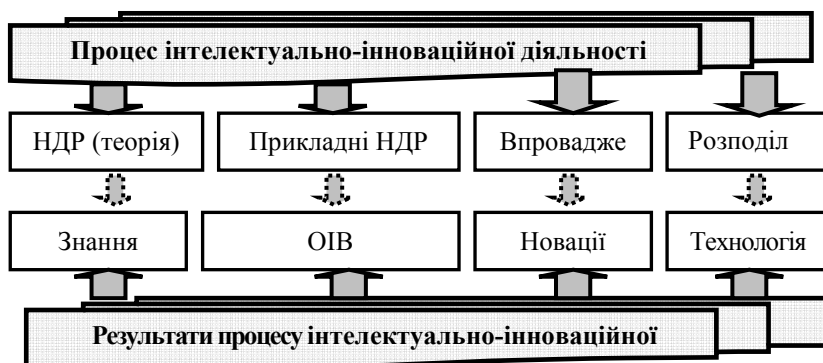


Рисунок. Співвідношення етапів і результатів проведення інтелектуально-інноваційної діяльності

На рисунку ми навели тільки загальну схему інтелектуально-інноваційного процесу, яка відтворює принципіальні положення, але не розкриває їх суті і організаційного механізму, що передбачає необхідність подальшого дослідження еволюції підходів до розуміння сутності інтелектуально-інноваційних процесів.

В наявних дослідженнях зустрічаються різні підходи до еволюції моделей інноваційного процесу [7-9], згідно якого обґрунтовується п'ять поколінь. За останні часи пройшли певні зміни в науковому осмисленні підходів до організації інноваційного процесу, збільшилась кількість поколінь моделей, що передбачає проведення додаткового

методичного аналізу цих процесів. Проведене нами дослідження дозволило виявити і обґрунтувати сім поколінь організаційного оформлення діяльності зі створення, дистрибуції та споживання інтелектуально-інноваційні технології та розробити пропозиції щодо їх розвитку в сучасних умовах господарювання.

1. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К. : Наукова думка, 1989. 176 с.
2. ТОВАЖНЯНСКИЙ В. Л. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения. Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса : монография. СПб. : Астерион, 2010. Т. 2, п. 6.2. С. 254–264.
3. Перерва П. Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т. А. Комплаенс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
4. Кобелева Т. О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79–88.
5. Pererva P. G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc : NTU «KhPI», 2012. 668 p.
6. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Маркетинг инновационного процесса : учебное пособие. К. : ВИРА-Р, 1998. 267 с.
7. Перерва П. Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д : Феникс, 2003. 592 с.
8. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В. Л., Перерва П. Г., Кобелева Т. О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148–152.
9. Ткачова Н. П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116–120.
10. Перерва П. Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков : Фактор, 2009. 480 с.
11. Перерва П. Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков : «Основа», 1993. 288 с.