

9. Кобелева Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи : монографія. Харків : Планета-Принт, 2020. 354 с.
10. Pererva P. G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T. A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-Print», 2019. 689 p.
11. Pererva P. G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P. G. Pererva, T. O. Kobielieva, L. V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. № 1(23). С. 43–50.
12. Шаульська Л. В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л. В. Шаульська, П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023. № 3 (181). С. 14–23.

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ У СФЕРІ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ

С. М. Ілляшенко, д-р екон. наук, професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,

Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща;

Н. С. Ілляшенко, д-р екон. наук, професор

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Четверта промислова революція ініціювала стрімкий розвиток сектору знань, який стає провідним сектором економіки. Здатність продукувати і комерціалізувати знання є одним з головних факторів високої конкурентоспроможності: окремих підприємств, галузей, національних економік у цілому. Практика свідчить, що найбільш успішними і з високою капіталізацією є виробництва та галузі сфери високих технологій, які ґрунтуються на знаннях [5]. Основу їх стрімкого зростання становлять знання, що втілені в продуктові і процесні інноваційні розробки. Для економіки України, основу якої складають виробництва минулих технологічних укладів, розвиток сектору знань може стати драйвером випереджаючого інноваційного розвитку. Наша країна все ще зберігає доволі потужну сферу знань і має

високі визнані у світі конкурентні позиції в ряді високотехнологічних галузей: інформаційних технологій, аерокосмічній галузі, військово-промислового комплексу, атомній енергетиці, деяких видах машинобудування тощо [1, 4]. Вони повинні стати основою випереджаючого інноваційного розвитку.

Слід зазначити, що в інноваційному процесі, особливо в високотехнологічних галузях, знання мають дуалістичну природу: вони є основою і, одночасно, результатом інноваційної діяльності. У цьому контексті актуалізуються питання ефективного управління знаннями на етапах інноваційного процесу в сфері високих технологій, який, як правило, має структурну схему прототипування інновації на ринок.

З цих позицій розглянуто особливості управління продукуванням і використанням знань на етапах основних структурних частин зазначеного інноваційного процесу.

Таблиця 1 – Схема управління продукуванням і використанням знань на етапах інноваційного процесу

№	Сутність робіт етапу	Джерела знань
1. Фундаментальні і прикладні дослідження:		
1.1.	Прогнозування тенденцій розвитку НТП у галузі підприємства (суміжних галузях)	Експертна оцінка, патентний аналіз, аналіз публікацій, купівля знань
1.2.	Аналіз наявних і очікуваних проблем споживачів продукції галузі підприємства-інноватора (суміжних галузей)	Експертна оцінка, маркетингові дослідження
1.3.	Аналіз потенціалу інноваційного розвитку підприємства-інноватора (інтелектуальна і науково-дослідна складові)	Методика аналізу подана у [3]
Результати:	Актуальні напрямки проведення досліджень, що формують основи інноваційних розробок, які будуть вирішувати проблеми споживачів. Стратегія інноваційного розвитку. Ідеї інноваційних розробок.	
2. Створення і виготовлення інновації:		
2.1.	Розроблення концепції інновації: опис ідеї інновації у значимих для потенційних споживачів термінах	Маркетологи і конструктори підприємства

№	Сутність робіт етапу	Джерела знань
2.2.	Бізнес-аналіз концепції	Маркетингові дослідження
2.3.	Розроблення конструкції інновації	Конструктори
2.4.	Розроблення технології виготовлення інновації	Технологи
2.5.	Розроблення технології випробувань інновації	Технологи і конструктори
2.5.	Виготовлення і лабораторні випробування інновації	Виробничі підрозділи, науково-дослідна лабораторія
Результати:	Стратегія комерціалізації інновації на цільових ринках	
3. Комерціалізація інновації		
3.1.	Формування первинного попиту на інновацію	Програма маркетингу
3.2.	Управління життєвим циклом інновації	Маркетингові дослідження, оперативний маркетинг
3.3.	Моніторинг ринку і ринкових позицій інноватора	
Результати:	Заходи щодо коригування/зміни стратегії інноваційного розвитку	

I стадія інноваційного процесу пов'язана зі значним ризиком, він полягає у тому, що частина досліджень на промислових підприємствах України провадиться за напрямками які не є актуальними, тобто структура отриманих знань не відповідає реальним потребам [4]. II стадія має найбільший рівень ризику, оскільки зі 100 ідей інновацій лише 3 успішно комерціалізуються [2, с. 438]. За цими ж даними на III стадії близько 30 % проєктів виведення нового товару на ринок закінчуються невдачею.

Слід зазначити, що в табл. 1 подано стадії інноваційного процесу, що реалізує стратегію опосередкованої комерціалізацію знань. Тобто знань, що втілені у продуктові чи процесні інновації. Вона є характерною для великих та середніх підприємств. Для малих підприємств (підприємств венчурного бізнесу) більш характерною є стратегія безпосередньої комерціалізації знань. Зокрема, знань, які втілені у продукти інтелектуальної власності: патенти на технічні чи технологічні інновації (I стадія);

ліцензії на виготовлення інноваційної продукції (I та II стадії) тощо.

Узагальнюючи викладене слід зазначити, що систематизовано процедури управління знаннями на етапах основних стадій інноваційного процесу в сфері високих технологій. Окреслено джерела і напрямки використання знань, а також супутні ризики. Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення формалізованих процедур управління знаннями.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С. Вплив міжнародного іміджу України на перспективи її повоєнного інноваційного розвитку. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7. № 3. С. 24–38. <http://doi.org/10.15276/mdt.7.3.2023.2>.
2. Маркетинг / под ред. М. Бейкера. СПб. : Питер, 2002. 1200 с.
3. Шипуліна Ю. С. Показники, критерії і методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку* : монографія / за заг. ред. д. е. н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. С. 321–349.
4. Iliashenko S., Shypulina Y., Iliashenko N., Gryshchenko O. & Derykolenko A. (2020). Knowledge management at Ukrainian industrial enterprises in the context of innovative development. *Engineering Management in Production and Services*, 12(3), 43-56. <http://doi.org/10.2478/emj-2020-0018>.
5. Global 500 2022 ranking. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/2022/table>.

ОСОБЛИВОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІН НА НАУКОВО-ТЕХНІЧНУ ПРОДУКЦІЮ

М. В. Климентова, аспірант;

Т. О. Кобєлева, д-р екон. наук, професор

Національний технічний університет «ХПІ»

Науково-технічна продукція на сучасному етапі розвитку української економіки в більшості випадків визначає найбільш значущі конкурентні переваги промислового підприємства як на вітчизняному, так і на світовому ринку [1–12].