

ПАТЕНТНО-КОН'ЮНКТУРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ – ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ

Демідова О.І., Лерантович Е.Т.

Національний технічний університет «ХПІ», м. Харків

Для підвищення ефективності народного господарства недостатньо забезпечити високий винахідницький рівень технічних рішень. Використання нових технічних рішень може бути виправдане лише за умови, якщо вони мають високу економічну цінність.

Своєчасне виявлення потенційної економічної цінності технічних рішень та умов їх господарського використання - основа створення конкурентоспроможної продукції. Для цього необхідні спеціальні економічні дослідження, які повинні виявити потреби ринку та умови реалізації продукції, як в даний момент, так і через декілька років, коли заплановані технічні рішення втіляться в нових об'єктах техніки, і почнеться їх виробництво та реалізація. Завдання полягає в тому, щоб дати економічну оцінку технічних рішень ще до їх розробки і застосування, тобто заздалегідь сформулювати вимоги, яким вони повинні відповідати. Проблематика доповіді пов'язана з аналізом створення конкурентоспроможної промислової продукції та просуванням її на ринок завдяки своєчасному проведенню патентно-кон'юнктурних досліджень.

Патентно-кон'юнктурні дослідження по суті є інструментом управління інноваційним процесом. Результати патентно-кон'юнктурних досліджень використовуються для вироблення різних управлінських рішень.

В даний час під патентними дослідженнями розуміються інформаційно-аналітичні дослідження, що проводяться в процесі створення, освоєння та реалізації промислової продукції з метою забезпечення високого технічного рівня та конкурентоспроможності цієї продукції, а також скорочення витрат на створення продукції за рахунок виключення дублювання досліджень та розробок. Однак патентні дослідження не можуть визначити обсяги виробництва і збуту нової техніки, прибуток, який можна отримати в процесі виробництва і реалізації або експлуатації об'єктів техніки, тобто на основі тільки патентних досліджень не можна визначити економічну цінність технічного рішення, не можна виявити конкурентоспроможність продукції, структуру витрат її виробництва, місткість ринку, умови проникнення в нього.

В доповіді представлені рекомендації щодо методики проведення патентно-кон'юнктурних досліджень.