

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
Інститут промислових та бізнес технологій (ІПБТ)
Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ), м. Дніпро
Українська асоціація управління проектами «УКРНЕТ», м. Київ
Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності (НДІВ)
Національної академії правових наук України (НАПрН України), м. Київ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ
Національний технічний університет України «Харківський політехнічний інститут»
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
університет імені Ігоря Сікорського», м. Київ
Одеський національний морський університет (ОНМУ), м. Одеса
Честоховський політехнічний університет, Польща
Uniwersytet Warszawski, Warszawa, Polska Rzeczpospolita, Польща;
Вища економіко-гуманітарна школа (WSEH) м. Бельсько-Бяла, Польща
Вища школа управління охороною праці в місті Катовіце, (WSZOP), Польща
Університет в Мішкольце, Угорщина
Інститут підвищення кваліфікації, Будапешт, Угорщина
Вища школа менеджменту у Варшаві, (WSM), Польща
Astana IT University, Kazakhstan
за підтримки:
Центр Українсько-європейського наукового співробітництва
Видавничий дім «Гельветика»
Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України
Юридична компанія «ЮРСЕРВІС», м. Дніпро



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ **за матеріалами**

V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
МІСТ «КИЇВ-ДНІПРО»
«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙПРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ»,
23-24 березня 2023 р.

ДНІПРО
ЮРСЕРВІС
2023

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

за матеріалами

V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

МІСТ «КИЇВ-ДНІПРО»

**«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ»,**

23-24 березня 2023 р.

**ДНІПРО
ЮРСЕРВІС
2023**

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]

Конференція запроваджена МОН України, лист Інституту модернізації змісту освіти МОН України № 21/08-53 від 19.01.2023 року у розділі III. Інтернет-конференції за № 6 у переліку.

Матеріали публікуються за оригіналами, наданими авторами.
Претензії до організаторів не приймаються.

Головний редактор д.т.н., проф. Петренко В.О.
Науковий редактор д.т.н., проф. Молоканова В.М.
Науковий редактор к.т.н., доц. Дорожко Г.К.

«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ»: збірник наукових праць за матеріалами V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (23-24 березня 2023 р.). УДУНТ, УКРNET, НДІВ НАПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2023. 730 с.

У збірнику наукових праць наведені матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління проєктами. Перспективи розвитку проєктного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансферу технологій». Збірник наукових праць становить інтерес для наукових працівників, викладачів, фахівців з інтелектуальної власності та управління проєктами, а також студентів.

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]

- © Український державний університет науки і технологій, 2023
- © Українська асоціація управління проєктами, 2023
- © Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності
Національної академії правових наук України, 2023
- © Колектив авторів збірника, 2023

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

- ПРОЙДАК Ю.С.** – голова, доктор технічних наук, професор, проректор з наукової роботи Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ);
- БУШУЄВ С.Д.** – співголова, президент Української асоціації управління проектами «УКРНЕТ», доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри управління проектами Київського Національного університету будівництва та архітектури;
- ДОРОШЕНКО О.Ф.** – співголова, канд. юридичних наук, директор Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності НАПрН України;
- ПЕТРЕНКО В.О.** – заступник голови, доктор технічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри інтелектуальної власності та управління проектами УДУНТ, модератор конференції;
- ДОРОЖКО Г.К.** – заступник директора НДІВ НАПрН України, кандидат технічних наук, доцент, модератор конференції;
- МОЛОКАНОВА В.М.** – доктор технічних наук, професор кафедри системного аналізу та управління Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»; модератор конференції;
- КОРОГОД Н.П.** – кандидат педагогічних наук, професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління проектами УДУНТ;
- ВІХЛЯЄВ М.Ю.** – доктор юридичних наук, професор, директор Центру Українсько-європейського наукового співробітництва;
- ПЕРЕРВА П.Г.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», професор університету в Мішкольце (Угорщина), модератор конференції;
- КОБЄЛЄВА Т.О.** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут» модератор конференції;
- ЗАВГОРОДНЯ О.О.** – доктор технічних наук, професор, професор кафедри міжнародна економіка і соціально-гуманітарні дисципліни ІПБТ УДУНТ;
- ЛАПКІНА І.О.** – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри управління логістичними системами і проектами Одеського національного морського університету;
- КОЗЕНКОВ Д.С.** – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри управління та адміністрування УДУНТ;
- ЮРЧИШИН О.Я.** – кандидат технічних наук, доцент, директор Департаменту інновацій та трансферу технологій НТУ України «КПІ імені Ігоря Сікорського»;

ЗМІСТ

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА ПРОГРАМАМИ

S. BUSHUYEV, N. BUSHUIEVA, D. BUSHUIEV, V. DUSHUIEVA INSPIRATIONAL PROJECT MANAGEMENT IN THE CIRCULAR ECONOMY ENVIRONMENT.....	19
V.O. CHEREPANOVA, O.I. PODREZ, P.G.PERERVA MANAGEMENT OF INTERNATIONAL PROJECTS USING THE AGILE METHOD.....	25
M.YU.GLIZNUTSA, I.V.DOLYNA, P.G.PERERVA FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF AN INNOVATIVE PROJECT.....	31
U.YU.HARNA, T.O.KOBIELIEVA, P.G.PERERVA PRICE EFFICIENCY OF THE IMPLEMENTATION OF A STRATEGIC PROJECT FOR A TRANSPORT ENTERPRISE.....	36
TETIANA HILORME STAKEHOLDER MODEL IN THE MANAGEMENT OF ENERGY EFFICIENCY PROJECTS.....	42
O.O. KHODYRIEVA, V.G.DYUZHEV, P.G.PERERVA RISK RESEARCH USING THE INTERNATIONAL AGILE PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGY.....	47
A.V.KOSENKO, P.G.PERERVA THE ROLE OF INNOVATION IN THE PROJECTMANAGEMENT FARM.....	52
D.YU.KRAMSKOY, D.O. POBEREZHNYI, P.G.PERERVA FEATURES OF TASKS MANAGERA INNOVATION AND INFORMATION.....	56
K.S. MEKHOVYCH, E.S.MEKHOVYCH, P.G.PERERVA METHODOLOGICAL ESSENCE OF THE INNOVATIVE PROJECT.....	61
I.O.NOBYK, S.A.MEKHOVYCH, P.G.PERERVA RULES FOR SUCCESSFUL MANAGEMENT OF GLOBAL INTERNATIONAL INNOVATION PROJECTS.....	66
VARVARA PITERSKA DEVELOPMENT OF RISK MANAGEMENT MECHANISMS IN PROJECTS OF FREIGHT FORWARDING.....	72

ЗАКОНОДАВЧІ ЗАСАДИ МЕДІАЦІЇ В УКРАЇНІ: ОГЛЯД ТА ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ.....	688
--	------------

ФОНАРЬОВА Т.А., ПЕТРЕНКО В.О., ЩЕРБИНА М.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	692
---	------------

ЧАЙКА І.П. КРЕАТИВНІ ХАБИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ (ЗВО) ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ОСВІТИ ПРОТЯГОМ ЖИТТЯ.....	700
---	------------

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ СИСТЕМИ БІОБЕЗПЕКИ

ОМЕЛЬЧЕНКО О.П. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ БІОБАНКІНГУ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЯК СКЛАДОВОЇ БІОБЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	706
--	------------

ПОНОМАРЬОВА О. ОНЛАЙН КОНСУЛЬТУВАННЯ ЛІКАРЕМ ПАЦІЄНТА: ДЕЯКІ ПИТАННЯ БІОБЕЗПЕКИ ТА ПРАВА.....	711
--	------------

ЧОМАХАШВІЛІ О. ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ У СФЕРІ БІОБЕЗПЕКИ.....	716
--	------------

СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА

САВИЧ А.В. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТІВ У ПЕВНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	721
---	------------

САВИЧ А.В. ПАРАДІГМА ВЗАЄМОДІЇ СУСПІЛЬСТВА, ЛЮДИНИ ТА ПРИРОДИ В ГУМАНІТАРНОМУ ПРОСТОРІ СУСПІЛЬСТВА.....	726
--	------------

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Т.А. ФОНАРЬОВА

К.е.н., доцент, доцент кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

В.О. ПЕТРЕНКО

д.т.н., проф., в.о. завідувача кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

М.В. ЩЕРБИНА

магістрант кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

Анотація. Активізація інноваційної діяльності наукової і виробничої сфер є важливим завданням та умовою становлення економічної незалежності України. Якісних перетворень зазнає не лише виробнича сфера, а й ринкові відносини, оскільки поряд з традиційними об'єктами обміну з'являються нові, що мають специфічні риси та унікальні властивості. Управління маркетинговою діяльністю в інтелектуальному підприємстві забезпечує дослідження ринкового середовища, вивчення попиту на інтелектуальний продукт, формування його ціни та можливості просування на ринок завдяки формуванню комунікаційної політики, окрім того особливого значення у підвищенні конкурентоспроможності інтелектуального бізнесу набуває трансфер технологій та соціально-етичний маркетинг. Зазначено що ринок зумовлює появу нових видів діяльності в інтелектуальному підприємстві, зокрема надання послуг з комплаєнс-консалтингу.

Ключові слова: інтелектуальне підприємництво, маркетинг, конкурентоспроможність, комунікаційна політика, трансфер технологій.

Abstract: Activation of innovative activity in the scientific and industrial spheres is an important task and condition for the establishment of economic independence of Ukraine. Not only the production sphere is undergoing qualitative transformations, but also market relations, as new ones with specific features and unique properties appear alongside traditional objects of exchange. Management of marketing activities in intellectual entrepreneurship provides research of the market environment, study of demand for an intellectual product, formation of its price and the possibility of promotion to the market thanks to the formation of communication policy, in addition, technology transfer and socio-ethical marketing acquire special importance in increasing the competitiveness of intellectual business. It is noted that the market causes the emergence of new types of activities in intellectual entrepreneurship, in particular, the provision of compliance consulting services.

Keywords: intellectual entrepreneurship, marketing, competitiveness, communication policy, technology transfer.

Вступ. На сучасному етапі розвитку людство стикнулося з непередбачуваними наслідками та викликами, які обумовлені спочатку пандемією COVID-19, потім воєнними діями. Це призвело до необхідності пошуку новітніх, унікальних рішень, які виходять за рамки існуючих знань, впровадженню інтелектуальних інновацій в підприємстві та управлінні, які, в поєднанні з креативно-когнитивними здібностями та компетенціями персоналу, здатні не тільки вивести підприємства з кризового стану, а й забезпечити отримання конкурентних переваг та стійкого розвитку в ринкових умовах. [1]

Сучасний світ опинився в умовах, коли формується новий тип суспільства, яке засновано на знаннях та інформації, яке орієнтується на управління інноваціями. Переможцем у конкурентній боротьбі буде той хто зміг адаптувати свою стратегію, з врахуванням сильних та слабких сторін, загроз та можливостей ринкового середовища до розробки й впровадження інновацій.

Основна частина. Управління маркетинговою діяльністю має такі особливості на сучасному етапі:

- поширення економіки знань у поєднанні з постійним удосконаленням ІТ-технологій та інформатизацією суспільства;

- взаємне проникнення між соціальними організаціями, господарськими підприємствами, науковими установами, виробництвом та культурною сферою, перетікання знання з однієї в іншу сферу обумовлене швидкістю обміну інформацією;

- високі темпи змін призводять до відставання правового забезпечення діяльності підприємств інтелектуальної та інноваційної сфер, значні суперечності в культурному, етичному, моральному та правовому регулюванні потребують вирішення та досліджуються науковцями.

- орієнтація підприємництва в економіці знань на збільшення ринкової вартості компаній за рахунок нематеріальних активів, які обумовлені ефективним використанням інтелектуального капіталу. [2]

Таким чином, актуальність дослідження обумовлена розумінням інтересів інтелектуального підприємництва, необхідністю вивчення сутності, особливостей та напрямів розвитку інтелектуального підприємництва в Україні, за рахунок поєднання ефективного управління маркетинговою діяльністю з набуттям майнових прав інтелектуальної власності для забезпечення їх захисту в Україні та за кордоном, та на основі впровадження сучасних гнучких інструментів маркетингу.

Управління маркетинговою діяльністю має свої особливості в інтелектуальному підприємстві. Це пов'язано з тим, що інтелектуальне підприємство потрібно розглядати з різних боків:

- з боку генерування нових ідей та інновацій,
- з боку інтелектуальної власності та правового забезпечення,
- з боку маркетингового менеджменту, щодо до ефективного управління та застосування інструментів маркетингу,
- з боку управління персоналом.

Як відомо, управління маркетинговою діяльністю починається із вивчення ринкового середовища підприємства. Ринок новацій, конкуренції і капіталів створює сферу інтелектуальної діяльності, котру визначають як діяльність колективу людей щодо забезпечення доведення науково-технічних ідей, винаходів до результату, придатного до практичного застосування та їх реалізації на ринку з метою задоволення потреб суспільства у конкурентоспроможних товарах та послугах [3].

Інфраструктура інтелектуального підприємництва включає різні типи підприємств. Новими сучасними напрямками діяльності, поряд з вже відомими, є патентний супровід з надання послуг по оформленню права інтелектуальної власності, та надання послуг з комплаєнс-консалтингу. Український ринок комплаєнс-консалтингових послуг лише починає формуватися.

Другий етап управління маркетинговою діяльністю полягає у вивченні попиту, сегментуванні ринку та позиціонуванні інтелектуального продукту.

Попит на українському ринку консалтингових послуг у сфері комплаєнсу сформований такими чинниками:

- законодавчо встановлені вимоги до підприємств певного типу щодо обов'язкового впровадження антикорупційної програми [4, ст. 62, п. 2].

- вихід вітчизняних підприємств на світові ринки (ідеться, зокрема, як про товарні ринки, так і про ринки капіталу). У підприємств, які не дотримуються міжнародних стандартів доброчесності в бізнесі, мають «заплямовану» ділову репутацію, є замішаними в корупційних скандалах, замало шансів на співпрацю з зарубіжними контрагентами.

- прагнення уникнути репутаційних ризиків, які можуть нашкодити іміджу бізнес-структури;

- функціонування у складному регуляторному середовищі, яке часто знає змін. [5]

Чинники формують певні сегменти попиту на ринку, що дає інтелектуальному підприємництву новий поштовх до розвитку.

Попит диктує які консалтингові компанії будуть затребувані, а саме:

- консалтингові компанії, що спеціалізуються на наданні освітніх послуг. Основний продукт пропозиції таких компаній – різноманітні семінари, конференції у сфері комплаєнсу, навчальні курси з підготовки комплаєнс-офіцерів, комплаєнс-тренінги [5].

Яскравим прикладом цього процесу є створення на базі кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій створення Науково-освітнього центру «Центр інтелектуально-інноваційного консалтингу», який успішно почав працювати та виступає співорганізатором наукових, консультаційних послуг широкого спектру напрямків, зокрема і з комплаєнсу металургійного виробництва.

– вузькоспеціалізовані консалтингові компанії, які не ставлять за мету забезпечення клієнта повним комплексом послуг.

– рекрутингові компанії, які здійснюють цілеспрямований пошук претендентів на посади антикорупційних уповноважених, комплаєнс-офіцерів.

– універсальні консалтингові компанії, які виділяють комплаєнс в окрему практику [5].

Наступним етапом є формування комплексу маркетингу, першим елементом якого є продукт інтелектуального підприємництва.

Інтелектуальний продукт є різновидом інноваційного та володіє такими специфічними особливостями: невідчужуваність знання в процесі купівлі-продажу, зростаюча віддача від продукту (кожна наступна копія продукту обходиться істотно дешевше і приносить більше прибутку), домінування в продукті витрат на НДДКР, наявність мережевого ефекту (придбання кожним наступним споживачем продукту приносить велику цінність для всіх споживачів), здатність приносити інтелектуальну ренту у вигляді платежів за користування ним (плата за ліцензію) [2].

Слід визнати, у ринковому середовищі існує безліч потенційно корисних бізнес-ідей, які є доступними на ринку за відносно невисокими цінами. У той же час не всі науково-технічні розробки створені науково-дослідними

лабораторіями підприємства впроваджуються ним у практичну діяльність. Відтак підприємство може як продавати, так і купувати інноваційні технології (тим самим економлячи кошти та час на проведення власних досліджень та розробок) [6].

Роль трансферу технологій в інтелектуальному підприємстві обумовлена видами та сферами діяльності, та відбувається у двох напрямках:

- по-перше, такі підприємства самі створюють інновації та новітні технології, але з деяких причин не можуть здійснити їх комерціалізацію самостійно, й тому звертаються до посередників;

- по-друге, підприємства інтелектуального бізнесу цілеспрямовано займаються трансфером технологій, як одним із видів своєї діяльності.

Як правило, трансфер технологій здійснюється в таких організаційних формах, як продаж патентів, ліцензій, ноу-хау, інжиніринг, лізинг, франчайзинг, створення високотехнологічних підприємств, організація спільного виробництва чи підприємства тощо [6].

Комунікаційна політика, як елемент маркетингової діяльності, в підприємстві вирішує проблему, коли з одного боку вищі навчальні заклади або наукові установи здійснюють розробки та створюють технології, які не відповідають сучасним пріоритетам та запитам ринку, а з іншого боку підприємства не володіють інформацією про їхні новітні розробки, результати фундаментальних і прикладних досліджень. Адже у структурі більшості українських університетів відсутній структурний підрозділ, який би відповідав за передачу університетських розробок споживачам з вигодою для себе [6]. Таким чином, комунікації та реклама забезпечують побудову договірних відносин між учасниками проектів, утворюють можливість просувати інтелектуальний продукт на ринок.

Окрім того, для інтелектуального підприємства важливим джерелом розвитку виступає соціально-етичний маркетинг. Адже, можливість отримання прибутку, набуття конкурентних переваг не виключає, а навпаки, зумовлює відповідальність підприємця перед споживачем та суспільством. Усвідомлення

соціальної відповідальності спонукає представників бізнесових структур до пошуку більш екологічних та енергозберігаючих технологій, до ведення сумлінної ділової практики, розвитку людських ресурсів через практику найму, навчання, встановлення справедливого рівня заробітної плати, безпеку праці, стабільність та порядок звільнень. Такі підприємства мають соціально-орієнтовану місію, яка формується виходячи з аспектів, які допомагають розкрити потенціал працівників, які направлені на виробництво або надання послуг з якісних продуктів та матеріалів, з мінімальним впливом на забруднення середовища, які дотримуються етичних правил в рекламі, зацікавлені в задоволеності клієнтів, а також у дотриманні прав інтелектуальної власності.[8]

Інтелектуальні бізнес-структури формують новий образ працівника – партнера-власника, який орієнтується не тільки на матеріальну, а й на моральну винагороду. Залучення співробітників до процесу прийняття рішень створює середовище, сприятливе для обміну думками, творчості, стимулюючи інноваційні підходи до вирішення проблем, максимально використовує можливості і знання кожного. [9]

Підводячи підсумки, можливо зазначити, що ефективне управління маркетинговою діяльністю та підвищення конкурентоспроможності інтелектуального підприємництва пов'язане з необхідністю подолання розриву між наукою та бізнесом. Вирішення цієї проблеми здійснюється у різних напрямках маркетингової діяльності та виступає підґрунтям для післявоєнного відродження України.

Література:

1. Фонарьова Т.А., Устінов А.А., Бушуєв К.М., Петренко В.О. Трансфер технологій, як інструмент управління конкурентоспроможністю інтелектуального підприємництва. Управління проектами у розвитку суспільства. Тема: «Управління проектами в умовах пандемії COVID-19»: тези доповідей. Київ: КНУБА, 2021. 317 с. С. 296-301.

2. Petrenko V., Ustinov A., Fonarova T., Bushuiev K. Modeling of economic

and legal support of intellectual entrepreneurship. Intelligent information systems for decision support in project and program management [Text] : Collective monograph edited by I. Linde. European University Press. Riga : ISMA, 2021. 278 p. P. 198-215.

3. Падерін І.Д., Горященко Ю.Г., Романов О.В. Інтелектуальний бізнес як важливий напрямок інноваційного розвитку підприємств. *Вісник економічної науки України*, 2017. Вип. 1. С. 68-72.

4. Про запобігання корупції: Закон України від 14.10.2014 № 1700-VII. ст. 62, п. 2 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text> (дата звернення: 21.03.2023).

5. Овсієнко О.В., Світличний О.С. Комплаєнс-консалтинг та перспективи його розвитку в Україні. *Економічна теорія та право*. 2021. № 2 (45). С. 68–86. DOI: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2021-45-2-68>

6. Буняк Н. М. Роль трансферу технологій у розвитку національної інноваційної системи. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*, 2014. Випуск 10 том 2. С. 55-62.

7. Петренко В. О., Фонарьова Т. А., Бушуєв К.М. Інформаційне забезпечення трансферу технологій в інвестиційно-інноваційній діяльності підприємств. «*Е-КОНОМІКА*». *Електронна збірка наукових праць*. Харків: НТУ «ХП», 2019. № 1(3) С. 126-130. URL: <http://e-economics.hpi.kh.ua/index.php/e-economics/article/view/88/72>

8. Устінов А. А., Фонарьова Т. А., Петренко В. О. Сучасні аспекти забезпечення конкурентоспроможності інтелектуального підприємництва в контексті соціальної відповідальності. **The modern trends in the development of business social responsibility**: V International scientific conference (June 25-26, 2021. Lisbon, Portugal). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. 116 pages. P. 44-47. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-107-7-10>

9. Ковтуненко Ю.В. Теоретико-методологічні засади диверсифікації інноваційного розвитку бізнес-структур в умовах інтелектуалізації економіки. Дисертація д.е.н. спец. 08.00.04. Одеський національний політехнічний університет, Одеса, 2019.

Наукове видання

**УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙПРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
ЗА МАТЕРІАЛАМИ
V Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції
(23-24 березня 2023 року)
Київ-Дніпро**

Головний редактор д.т.н., проф. Петренко В.О.
Науковий редактор д.т.н., проф. Молоканова В.М.
Науковий редактор к.т.н., доц. Дорожко Г.К.

Видавець ТОВ «ЮРИДИЧНА КОМПАНІЯ «ЮРСЕРВІС»
49000, м. Дніпро,
вул. Воскресенська, буд. 39
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції
ДК № 6550 від 20.12.2018