

П.Г.ПЕРЕРВА, В.О.ЧЕРЕПАНОВА, І.О.НОВІК, С.М.ПОГОРЕЛОВ, О.М.СИНІГОВЕЦЬ
ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ІННОВАЦІЙ ТА ІНВЕСТИЦІЙ В МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вибір підходів до оцінки вартості нововведень в галузі інноваційної та інвестиційної сфери міжнародного бізнесу є особливо важливим і потребує наукового обґрунтування. Він повинен бути зваженим щодо конкретної мети здійснення такої оцінки, особливих відмінностей оцінювання об'єкта, урахування переваг і недоліків тих чи інших підходів та притаманних їм методів оцінки.

Доведено, що при визначенні ринкової вартості інновацій та інвестицій в міжнародному бізнесі слід враховувати нематеріальний, унікальний характер об'єкта оцінки; поточне використання інновацій; можливі галузі використання, найбільш вірогідну ємність і частку ринку, витрати на виробництво і реалізацію продукції, що випускається з використанням інновації, обсяг і тимчасову структуру інвестицій, необхідних для освоєння і використання інновації в тій чи іншій галузі; ризики освоєння і використання інновації в різних галузях, в тому числі ризики недосягнення технічних, економічних, експлуатаційних і екологічних характеристик, ризики недобросовісної конкуренції та інші; стадії розробки і промислового освоєння інновації; можливість і ступінь правового захисту; обсяг переданих прав і інших умов договорів про створення та використання інновації; спосіб виплати винагороди за використання інновації.

Зроблено висновок про те, що основними умовами придатності ринкового підходу до визначення вартості інновацій є наявність відомостей про факти продажу схожих за призначенням й корисністю, тобто об'єктів-аналогів; доступність та достовірність інформації про ціни та умови угод з об'єктами-аналогами; вміння оцінити вплив відмінних від об'єктів-аналогів показників на вартість об'єкта оцінки.

Ключові слова: інвестиції; інновації; технології; вартісна оцінка; методи визначення; об'єкти інтелектуальної власності

П.Г.ПЕРЕРВА, В.О.ЧЕРЕПАНОВА, И.О.НОВИК, С.М.ПОГОРЕЛОВ, О.М.СИНИГОВЕЦЬ
ЭКОНОМИКО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СТОИМОСТИ ИННОВАЦИЙ И ИНВЕСТИЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Выбор подходов к оценке стоимости нововведений в области инновационной и инвестиционной сферы международного бизнеса является особенно важным и требует научного обоснования. Он должен быть взвешенным по конкретной цели осуществления такой оценки, особых различий оценки объекта, учета преимуществ и недостатков тех или иных подходов и присущих им методов оценки.

Доказано, что при определении рыночной стоимости инноваций и инвестиций в международном бизнесе следует учитывать нематериальный, уникальный характер объекта оценки; текущее использование инноваций; возможные области использования, наиболее вероятные емкость и долю рынка, затраты на производство и реализацию продукции, выпускаемой с использованием инновации, объем и временную структуру инвестиций, необходимых для освоения и использования инновации в той или иной области; риски освоения и использования инновации в различных областях, в том числе риски недостижения технических, экономических, эксплуатационных и экологических характеристик, риски недобросовестной конкуренции и другие; стадии разработки и промышленного освоения инновации; возможность и степень правовой защиты; объем передаваемых прав и других условий договоров о создании и использовании инновации; способ выплаты вознаграждения за использование инновации.

Сделан вывод о том, что основными условиями хранения рыночного подхода к определению стоимости инноваций является наличие сведений о фактах продажи схожих по назначению и полезностью, то есть объектов-аналогов; доступность и достоверность информации о ценах и условиях сделок с объектами-аналогами; умение оценить влияние отличных от объектов-аналогов показателей на стоимость объекта оценки.

Ключевые слова: инвестиции; инновации; технологии; стоимостная оценка; методы определения; объекты интеллектуальной собственности

P.G.PERERVA, V.O.CHEREPANOVA, I.O.NOVIK, S.M.POHORIELOV, O.M.SYNIGOVETS
ECONOMIC AND MANAGEMENT APPROACHES TO DETERMINING THE COST OF INNOVATION AND INVESTMENT IN INTERNATIONAL ACTIVITIES OF ENTERPRISES

The choice of approaches to estimating the value of innovations in the field of innovation and investment in international business is particularly important and requires scientific justification. It should be weighted about the specific purpose of such an assessment, the specific differences in the assessment of the object, taking into account the advantages and disadvantages of certain approaches and their inherent assessment methods.

It is proved that in determining the market value of innovations and investments in international business should take into account the intangible, unique nature of the object of evaluation; current use of innovations; possible areas of use, the most probable capacity and market share, the cost of production and sale of products produced using innovation, the amount and time structure of investment required for the development and use of innovation in a particular industry; risks of development and use of innovation in various industries, including risks of failure to achieve technical, economic, operational and environmental characteristics, risks of unfair competition and others; stages of development and industrial development of innovation; possibility and degree of legal protection; the scope of transferred rights and other conditions of agreements on the creation and use of innovation; the method of payment of remuneration for the use of innovation.

It is concluded that the main conditions for the suitability of the market approach to determining the value of innovations are the availability of information about the facts of sales similar in purpose and usefulness, is objects-analogues; availability and reliability of information on prices and terms of transactions with similar objects; the ability to assess the impact of indicators other than similar objects on the value of the object of evaluation.

Keywords: investments; innovations; technologies; valuation; methods of determination; intellectual property objects

Вступ. При визначенні ринкової вартості інновацій та інвестицій в міжнародному бізнесі слід враховувати нематеріальний, унікальний характер об'єкта оцінки; поточне використання інновацій; можливі галузі використання, найбільш вірогідну ємність і частку ринку, витрати на виробництво і реалізацію продукції, що

випускається з використанням інновації, обсяг і тимчасову структуру інвестицій, необхідних для освоєння і використання інновації в тій чи іншій галузі; ризики освоєння і використання інновації в різних галузях, в тому числі ризики недосягнення технічних, економічних, експлуатаційних і екологічних характеристик, ризики

недобросовісної конкуренції та інші; стадії розробки і промислового освоєння інновації; можливість і ступінь правового захисту; обсяг переданих прав і інших умов договорів про створення та використання інновації; спосіб виплати винагороди за використання інновації. Виходячи з цього дослідження методів та підходів до визначення вартісної оцінки інноваційних та інвестиційних технологій є надзвичайно важливою та актуальною задачею.

Аналіз останніх наукових досліджень. Фахівці США у галузі передачі промислових технологій вважають: „Технологія (інновація, інвестиція) коштує стільки, за скільки її вдалося продати, не більше й не менше” [5], підкреслюючи цими словами, що немає стандартної, універсальної методики розрахунку ціни результату науково-технічної діяльності в галузі інноваційної та інвестиційної сфери. ЮНІДО у своїй доповіді підкреслювала, що *«не існує стандартної методики визначення ціни промислової технології, але є значна кількість рецептів, які фахівці у галузі передачі технологій можуть вам запропонувати»* [5]. Отже власник інтелектуального досягнення в інноваційно-інвестиційній сфері міжнародного бізнесу як монополіст на ринку може запропонувати свій товар за будь-яку ціну, яку він вважає прийнятною. Але в реальній ситуації на фактичну ціну інтелектуального досягнення міжнародного бізнесу будуть впливати різні фактори, які визначатимуть його ринкову, а не монополістичну ціну, а саме: стадія розробки технології, її технічна та комерційна цінність, рівень правової охорони, обсяг прав, що передаються, умови платежів тощо. Тому питання вдосконалення методів встановлення ціни і вартості наукового продукту міжнародного бізнесу [1-4, 6] є важливими і актуальними.

Результати дослідження. Вибір підходів до оцінки вартості нововведень в галузі інноваційної та інвестиційної сфери міжнародного бізнесу є особливо важливим і потребує наукового обґрунтування. Він повинен бути зваженим щодо конкретної мети здійснення такої оцінки, особливих відмінностей оцінювання об'єкта, урахування переваг і недоліків тих чи інших підходів та притаманних їм методів оцінки. Виходячи з огляду існуючих методів оцінки нововведень в галузі інноваційної та інвестиційної сфери міжнародного бізнесу, найбільш прийнятним видом вартості є справедлива (ринкова) вартість.

Витратний підхід. В основу витратного підходу покладені показники матеріальних витрат під час створення (придбання) конкретного об'єкту та прагнення одержання їх відшкодувань. Звичайно, витрати на дослідження та розробку будь-якої технології ні в якому разі не дорівнюватимуть справедливій вартості технології. Проте на думку фахівців вони можуть служити відправною точкою для її визначення, тобто теоретично виступати мінімальною ціною, яку можна запропонувати під час передачі результатів науково-технічної діяльності в міжнародній сфері.

Для визначення поточної вартості технологій на підставі витратного підходу використовують: метод первісних витрат, метод вартості заміщення та метод вартості відтворення.

Метод первісних витрат. Вартість технології, що

визначається за цим методом, називається історичною, оскільки вона базується на фактично здійснених витратах під час створення технологій, інформація про які міститься в бухгалтерській звітності підприємства. При цьому, первісні витрати, як правило, збільшуються на підприємницький прибуток з урахуванням зносу оцінюваного об'єкта. У разі необхідності раніш зроблені витрати можуть бути скоректовано з урахуванням часу створення оцінюваного об'єкта та реальних умов господарської діяльності підприємства (*метод приведених витрат*).

$$PV = \sum PV_0 + R_{EV} - A, \quad (1)$$

де PV – поточна вартість оцінюваного об'єкта; $\sum PV_0$ – вартість первісних витрат на створення оцінюваного об'єкта; R_{EV} – підприємницький прибуток; A – знос оцінюваного об'єкта.

На практиці цей метод використовується за умов, що витрати на створення технологій здійснилися нещодавно й, відповідно, немає необхідності корегувати їх з урахуванням фактору часу.

Метод вартості заміщення передбачає вибір об'єкта, еквівалентного до оцінюваного за своїми функціональними можливостями та варіантом використання. Вважається, що максимальна вартість технології визначається мінімальною ціною, яку варто заплатити під час купівлі об'єкта з аналогічною споживчою вартістю.

Метод вартості відтворення передбачає визначення поточної вартості витрат на створення точної копії такого ж самої технології в цінах на дату до вирахування всіх видів зносу та є найбільш прийнятним під час оцінки вартості унікальних об'єктів. При цьому варто зауважити, що технології на відміну від матеріальних об'єктів крім відомих видів зносу (фізичного, функціонального, економічного) притаманні ще й моральний знос (пов'язаний з появою на ринку нових, більш прогресивних технологій) та так званий строковий знос (обумовлений терміном корисного використання й юридичними чи іншими обмеженнями цього терміну, зокрема строком дії охоронного документа або умовами ліцензійного договору).

Прибутковий підхід. Прибутковий підхід виходить з припущення, що типовий інвестор, який купує технологію, очікує у майбутньому одержання певного прибутку від її використання. Іншими словами, вартість оцінюваного об'єкта прямо залежить від його спроможності приносити у майбутньому прибуток. Оцінка вартості технології за прибутком виходить з уявлення, що вартість оцінюваного об'єкта в грошовому відбитку можна ототожнити з капіталом (інвестицією) визначених розмірів, який спроможний „генерувати” додатковий прибуток підприємства за умови ефективного використання цього об'єкта. При цьому варто використовувати чисті прибутки підприємства, що „очищені” від впливу інших чинників зміни балансової вартості основних засобів підприємства, обсягу використовуваних оборотних коштів, зносу використовуваних нематеріальних активів тощо. Отже в основу прибуткового підходу покладене прогнозування майбутніх показників ефективності використання оцінюваного об'єкта: прибутку підприємства,

рентабельності тощо.

Визначення вартості технологій, використання яких не дає прямого прибутку (об'єкти, що стосуються медицини, охорони праці та техніки безпеки, екології, оборони, забезпечення наукових досліджень), при такому підході представляє певну складність. Тому вартість таких об'єктів доцільно визначати, виходячи з долі продавця в економії коштів покупця, яку останній одержить через відмову від рішення проблеми за рахунок власних сил. При цьому вважається, що оптимальна доля продавця, яка має відшкодовувати витрати продавця на маркетинг, укладення ліцензійного договору, передачу технічної документації тощо, як правило, становить 15–30 % очікуваних витрат покупця на розробку такого ж самого і визначається експертним шляхом. Майбутні вигоди підприємства переводять у сьогоденну вартість технологій методом прямої капіталізації прибутку від використання технологій, або методом дисконтування чистих грошових потоків прибутку, або методом звільнення від роялті, які відображають послідовність отримання прибутків, їх зміну та відповідну норму віддачі.

Метод прямої капіталізації прибутків полягає в тому, що загальна вартість капіталу й одержуваний від його використання прибуток пов'язані між собою позиковим відношенням, яке передбачає повернення капіталу (амортизації) та одержання прибутку від його використання. Завдяки капіталізації прибуток від використання оцінюваного об'єкта перекладається на його вартість. Згідно з цим методом поточна вартість оцінюваного об'єкта PV визначається шляхом ділення щорічного прибутку CF_i , що отримується від комерційного використання оцінюваного об'єкта на так звану „норму капіталізації” K .

$$PV = \sum \frac{CF_i}{K}, \quad (2)$$

Метод прямої капіталізації прийнятний у випадках, коли прибуток від використання оцінюваного об'єкта протягом тривалого терміну є більш менш стабільним (або темпи його зростання є стабільними). Отже цей метод найбільш прийнятний під час оцінки вартості вже функціонуючих об'єктів зі стабільними і такими, що добре прогнозуються, величинами прибутків. Якщо визначення норми капіталізації є утрудненим, цей метод взагалі не можна використовувати.

Метод дисконтування чистих грошових потоків базується на аналізі грошових потоків за весь період володіння технологією. В основу цього методу покладений головні фінансові закони, за якими: “сьогоднішній долар коштує більше, ніж завтрашній”; “безризиковий долар коштує більше ніж ризиковий”.

Співвідношення між поточною та майбутньою вартістю активу визначаються за формулою:

$$PV = \sum \frac{CF_i}{(1+I)^t}, \quad (3)$$

де PV – поточна вартість оцінюваного об'єкта; CF_i – щорічні майбутні грошові потоки; I – коефіцієнт дисконтування; t – час.

Визначення ставки дисконтування є найбільш вузьким місцем цього методу, оскільки падіння вартості грошей у часі є універсальною властивістю, що пов'язана з певними ризиками, нестійкістю, протиріччями,

властивими виробничим відносинам як об'єктивному фізичному явищу. Безперечно, що на безризикові капіталовкладення ставка дисконтування буде мінімальною, а високоризикові – максимальною.

Існує ряд досліджень, пов'язаних з розробкою алгоритмів визначення ставки дисконтування. Самим поширеним з них є *метод кумулятивної побудови*, згідно з яким I являє собою підсумок премій за ризик, що зумовлені різними чинниками.

В розвинених країнах безризикова ставка приймається на рівні 3–4 %, що відповідає приблизно реальній прибутковості довгострокових урядових облігацій США та Німеччини. До цієї ставки додаються премія за так званий ризик країни та премія за інші можливі ризики. В Україні за початкову рекомендацією брати ставку по депозитних вкладах юридичних осіб найбільш надійних банків, яка поєднує в собі безризикову ставку та ставку за інвестиційний ризик в економіку України.

Метод звільнення від роялті. Суть цього методу полягає у припущенні, що технологія, яку використовує підприємство, нібито йому не належить, а додатковий прибуток, що створює ця технологія (частина доходу, яку підприємство мало би сплатити у вигляді роялті власникам цієї технології як винагороду) залишається на підприємстві. При цьому розраховують розміри щорічних грошових потоків додаткового прибутку (роялті) як певний відсоток від планових обсягів промислової реалізації ліцензійної продукції за гіпотетичною ліцензійною угодою; визначають щорічні дисконтовані (капіталізовані) на дату оцінки грошові потоки додаткового прибутку (роялті) та визначають як поточну вартість ціни гіпотетичної ліцензії ринкову вартість технологія у вигляді їх суми за формулою:

$$PV_r = \sum \frac{CF_r}{(1+I)^t} = \sum P_i \times V_i \times R_i / (1+I)^t, \quad (4)$$

де PV_r – поточна вартість грошових потоків додаткового прибутку (роялті); CF_r – прогнозовані грошові потоки додаткового прибутку (роялті); P_i – ціна одиниці ліцензійної продукції за гіпотетичною ліцензією; V_i – щорічний обсяг виробництва ліцензійної продукції; R_i – ставка роялті; I – коефіцієнт дисконтування; t – час.

Ринковий підхід. Ринковий підхід заснований на припущенні, що “розумний” потенціальний покупець не заплатить за технологію в галузі інноваційної та інвестиційної сфери суму більшу, ніж вартість іншого, аналогічного за своїми споживчими властивостями об'єкта. Ринковий підхід до оцінки вартості технологій передбачає використання показників ринкової привабливості, обумовлених прагненням до монополії на певному сегменті.

Висновки. Для проведення вартісної оцінки інновацій існують значна кількість науково обґрунтованих методів, кожний з яких має свої переваги та недоліки. Найбільш придатним, на думку авторів, є ринковий підхід, основними умовами придатності якого в галузі інноваційної та інвестиційної сфери є: наявність відомостей про факти продажу схожих за призначенням й користістю, тобто об'єктів-аналогів; доступність та достовірність інформації про ціни та умови угод з об'єктами-аналогами; вміння оцінити вплив відмінних від об'єктів-аналогів показників на вартість об'єкта оцінки. Природно, що ринкові методи досить ефективні лише за

умови існування достатньої інформації про відповідний ринок та схожі угоди купівлі-продажу об'єктів-аналогів.

Список літератури

1. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
2. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Харьков: «Основа», 1993. 288с.
3. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobielieva T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2018. - 689 p.
4. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.
5. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство саморекламы). Харьков: Фактор, 2009. 480 с.
6. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.
7. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
8. Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смоловик Р.Ф. Основы маркетинга высоких технологий. Харьков: ХГПУ, 1999. 242с.
9. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // *Вісник НТУ «ХПІ»*: зб. наук. пр.- Сер.: Економічні науки. – Харків: НТУ «ХПІ», 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
10. Глізнула М.Ю., Перерва П.Г. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - 2015. - № 4. - С. 11-19.
11. Кравчук А.В., Перерва П.Г. Ефективність як економічна категорія // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)*: зб. наук. пр. – Харків: НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
12. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *НТУ «ХПІ» (економічні науки)*: зб. наук. пр. – Харків: НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 6. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.
14. Старостина А.О. Маркетинг: теория, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: *Знання*, 2009. – 1070 с.
15. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
16. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
- innovation process. - К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
2. Pererva P.G. Marketing management at a machine-building enterprise. Kharkiv: Osнова, 1993. 288p.
3. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobielieva T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
4. Tkachova N.P., Break P.G. Development of methods of analysis of the actual state of competitive advantages of the enterprise // *Economics of development*. - 2011. - № 4 (60). - pp. 116-120.
5. Pererva P.G. Employment without problems (the art of self-marketing). Kharkiv: Factor, 2009. 480 p.
6. Goncharova N.P., Pererva P.G., Yakovlev AI New technological systems: quality, need, efficiency. K.: Naukova dumka, 1989. 176p.
7. Pererva P.G. Self-marketing manager and businessman. Rostov n / D: Phoenix, 2003. 592 p.
8. Grabchenko A.I., Pererva P.G., Smolovik R.F. Fundamentals of high technology marketing. Kharkiv: KhGPU, 1999. - 242p.
9. Pererva P.G. Komplains-prohramma promyshlennoho predpryyatyya: sushchnost y zadachy [Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.- No. 24 (1246) - P. 153-158.
10. Gliznutsa M.Yu., Pererva P.G., Benchmarkinh yak metod otsynuvannya intelektualnoho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menezhment innovatsiy*. - 2015. - № 4. - S. 11-19.
11. Kravchuk A.V., Pererva P.G. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr.– Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.
12. Marchuk L.S., Pererva P.G. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
13. Pererva P.G. Praktycheskyy marketynh [Practical Marketing].- Issue 6. Management of sales of industrial products in the marketing system.- М.: *NGO "Advertising, information, marketing"*, 1991.- 93 p.
14. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – К.: *Znannya*, 2009. – 1070 s.
15. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU "KhPI", 2012. - 668 p.
16. Pererva P.G. Issledovaniye rynka promyshlennoy produktsii / P.G.Pererva.- М.: NPO «Reklama, informatsiya, marketing», 1991.- 96 s.

Надійшла (received) 25.03.2020

References (transliterated)

1. Goncharova N.P., Pererva P.G., Yakovlev A.I. Marketing of the

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petr Grigorievich) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-6256-9329; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: ppererava@gmail.com

Черепанова Вікторія Олександрівна (Черепанова Виктория Александровна, Cherepanova Victoria Aleksandrovna) - кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Харків, Україна; тел.: (057) 707-65-07; e-mail: vitcherpanova@gmail.com

Новік Ірина Олексіївна (Новик Ирина Алексеевна, Novik Iryna) – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного інноваційного підприємництва та міжнародних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/> orcid.org/0000- 0003-2468-581X, e-mail gerashenko1977@gmail.com

Погорелов Сергій Миколайович (Погорелов Сергей Николаевич, Pohorielov Sergiy Mukolaevich) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Харків, Україна; тел.: (057) 707-65-07; e-mail: pogser.sp@gmail.com; (ORCID: 0000-0003-0868-2002)

Синіговець Ольга Миколаївна (Синиговец Ольга Николаевна, Olga Sunigovets) – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; ORCID: <https://orcid.org/>0000-0003-1623-5798; e-mail: oms.ukr.kpi@gmail.com.