

**С.В.КНЯЗЬ, Н.П.ТКАЧОВА, А.В.КОСЕНКО**  
**МЕТОДИЧНА СУТНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ**  
**УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ**

Стаття присвячена дослідженню впливу факторів, що визначають конкурентоспроможність окремих підприємств і країн в умовах ринкової економіки. Проаналізовано зміну пріоритетів у різні періоди розвитку економіки. На етапі індустріальної економіки пріоритетом в досягненні конкурентних переваг були основні фактори виробництва: праця і природні ресурси, капітал. Наступний етап ринкової конкуренції пов'язаний з інвестуванням. Залучення іноземних і вітчизняних інвестицій забезпечило компаніям і державам досягнення конкурентних переваг. Головним завданням було створення сприятливих умов для інвестицій. У сучасній економіці роль основних факторів виробництва, а також інвестицій залишається важливим критерієм конкурентоспроможності. У той же час відбувається перехід на принципово нові технології, засновані на інформації як найважливішому ресурсі. З'являється нова галузь економіки, пов'язана з цифровими технологіями прийому, передачі та обробки інформації. Перехід на цифрові технології супроводжується змінами в бізнес-середовищі. Конкурентоспроможність компаній в цифровій економіці залежить від конкурентоспроможності на світовому ринку. Змінюється структура робочої сили. На конкурентоспроможність компаній впливає якість працівників, зайнятих на виробництві. Йде боротьба за висококваліфіковані кадри. На сучасному етапі інновації стають основним фактором конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і країн в цілому. Українські промислові підприємства, зіткнувшись з кризовими явищами і проблемами впровадження інновацій та інноваційних технологій у своє виробництво, змушені самостійно шукати нові шляхи інноваційного розвитку підприємства, створюючи нові виробничі кластери "виробничих комплексів" для вирішення найосновнішої проблеми повної модернізації їх виробництва, а тому закономірності такого явища, як формування "виробничих комплексів", вимагають його всебічності. Дослідження. У даній роботі сформульовані основні закономірності формування "виробничих комплексів", де ланкою є інновації, як особливий фактор підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, але в складі "виробничого комплексу". Проведено аналіз наукових досліджень у сфері інноваційної сфери економіки в частині вивчення закономірностей формування "виробничих комплексів", зроблено висновки про відсутність концепції інноваційного розвитку "виробничих комплексів", запропоновано концепцію інноваційного розвитку "виробничих комплексів" в нашій країні.

**Ключові слова:** інтелектуальна власність, комерційний потенціал, інноваційні технології, ефективність, промислове підприємство

**S. V. KNAZ, N. P. TKACHOVA, A. V. KOSENKO**  
**METHODOLOGICAL ESSENCE OF THE COMMERCIAL POTENTIAL OF TECHNOLOGIES IN THE**  
**INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT SYSTEM**

The article is devoted to the study of the influence of factors that determine the competitiveness of individual enterprises and countries in the conditions of a market economy. The change of priorities in different periods of economic development is analyzed. At the stage of the industrial economy, the priority in achieving competitive advantages was the main factors of production: labor and natural resources, capital. The next stage of market competition is related to investment. Attracting foreign and domestic investments provided companies and states with competitive advantages. The main task was to create favorable conditions for investments. In the modern economy, the role of the main factors of production, as well as investments, remains an important criterion of competitiveness. At the same time, there is a transition to fundamentally new technologies based on information as the most important resource. A new branch of the economy is emerging, associated with digital technologies for receiving, transmitting and processing information. The transition to digital technologies is accompanied by changes in the business environment. The competitiveness of companies in the digital economy depends on competitiveness in the global market. The workforce structure is changing. The competitiveness of companies is affected by the quality of workers employed in production. There is a struggle for highly qualified personnel. At the current stage, innovations are becoming the main factor in the competitiveness of both individual enterprises and countries as a whole. Ukrainian industrial enterprises, faced with crisis phenomena and problems of introducing innovations and innovative technologies into their production, are forced to independently search for new ways of innovative development of the enterprise, creating new production clusters of "production complexes" to solve the most basic problem of complete modernization of their production, and therefore the regularity of such a phenomenon, as the formation of "production complexes", require its comprehensiveness. Research. This paper formulates the main regularities of the formation of "production complexes", where innovation is a link, as a special factor of increasing the competitiveness of industrial enterprises, but as part of the "production complex". An analysis of scientific research in the innovative sphere of the economy was carried out in the part of studying the patterns of formation of "production complexes", conclusions were drawn about the lack of a concept of innovative development of "production complexes", a concept of innovative development of "production complexes" in our country was proposed.

**Keywords:** intellectual property, commercial potential, innovative technologies, efficiency, industrial enterprise

**Постановка проблеми.** Економічне зростання, забезпечення сталого розвитку економіки та підвищення рівня життя населення є найважливішими завданнями сучасної України. Війна з росією та наслідки економічної кризи поставили країну на грань економічного виживання. У таких умовах перед Україною стоїть задача формування національної моделі розвитку, яка б сприяла ефективному використанню інтелектуального потенціалу та пошуку достойного місця у світовому співтоваристві. Забезпечення високих темпів та якості економічного розвитку базується на загальному підвищенні конкурентоспроможності та активізації інноваційних процесів. На розвиток економічної системи суттєво

впливає розвиток комерційного потенціалу інновацій, зокрема, об'єктів інтелектуальної власності. Поняття «комерційний потенціал» стало концептуальним відображенням інтелектуально-інноваційної діяльності. Оскільки при проведенні дослідження не було виявлено чіткого визначення поняття та складу комерційного потенціалу, постала необхідність у формуванні цих базових питань з метою дієвого управління інноваційною діяльністю на промисловому підприємстві [1-28].

Успішна діяльність промислових підприємств в умовах ринку також багато в чому залежить від їх здатності до інтелектуально-інноваційного розвитку. Формування і вибір стратегічних напрямків

інтелектуально-інноваційної діяльності базується на результатах всебічної оцінки як середовища, в якому працює підприємство, так і визначенні внутрішніх інноваційних можливостей підприємства, які характеризуються станом і рівнем використання комерційного потенціалу. При цьому інтелектуально-інноваційні можливості промислових підприємств істотно розрізняються в залежності від конкретних особливостей промислового підприємства, його галузевої приналежності і стратегічної спрямованості. У зв'язку з цим, оцінка комерційного потенціалу промислових підприємств в сучасних умовах стає об'єктивно необхідним елементом у процесі управління інтелектуально-інноваційною діяльністю такого підприємства.

**Метою дослідження** є виявлення комерційного потенціалу інтелектуальних та інноваційних напрямів розвитку промислових підприємств та оцінка впливу створеної на їх основі інтелектуальної власності та інтелектуальних інновацій на рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити поставлені завдання: проаналізувати теоретичні основи понять інтелектуальної власності, інновацій та інноваційного розвитку, визначити їх значення для успішної комерційної діяльності підприємства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Наприкінці ХХ та початку ХХІ століття вийшло багато публікацій щодо різноманітних аспектів потенціалу і сформувався теорія потенціалу економічних систем. В економічному контексті потенціал підприємства трактується по-різному: від надзвичайно вузького розуміння як річний обсяг виробництва, який можливий за умови повного використання виробничої потужності підприємства при існуючому організаційно-технічному рівні, як спроможність, внутрішній ресурс системи, енергія, які можуть бути мобілізовані для досягнення певних цілей за певних умов [1, 3, 12] і навіть до всеосяжних категорій – як соціально-економічна система [2, 6, 14, 22]. Найбільш узагальнене тлумачення визначення поняття «потенціал підприємства» надає Сабольч Нагі: потенціал підприємства – це сукупність його можливостей у якій-небудь галузі для досягнення конкретних цілей [9]. Подальші дослідження в межах теорії потенціалу економічних систем призвели до розгляду окремих видів потенціалу промислових підприємств: конкурентоспроможного, ринкового, виробничого, стратегічного, підприємницького, маркетингового, людського, економічного, комерційного, інноваційного, інтелектуального та ін. Проблеми оцінки комерційного потенціалу, інтелектуально-інноваційного та комерційного розвитку промислових підприємств та його впливу на розвиток економіки знаходяться в центрі уваги багатьох українських та зарубіжних дослідників. Своїми дослідженнями у питанні інновацій та комерційного потенціалу широко відомі такі вчені: О.Б.Бутнік-Сіверський, О.Д.Витвицька, Верес Шомоші М., І.В.Долина, Г.К.Дорожко, С.М.Ілляшенко, А.В.Кобелева, Т.О.Кобелева,

С.В.Ковальчук, Н.С.Ілляшенко, А.В.Косенко, О.П.Косенко, М.В.Маслак, О.І.Маслак, С.Нагі, М.О.Окландер, О.П.Орлюк, П.Г.Перерва, Д.В.Райко, А.В.Ромашко, П.М.Цибульов, А.В.Череп, Ю.С.Шипуліна та інші дослідники.

Проте, незважаючи на численні дослідження вказаних та інших науковців, низка питань з приводу оцінки комерційного потенціалу промислових підприємств залишаються не повністю розв'язаними і потребують більш детального розгляду та вивчення.

**Виклад основних результатів дослідження.** Поняття «потенціал» широко використовується в економіці. У загальнонауковому контексті воно найчастіше пов'язується з поняттями «сила» або «міцність» і тому термін «потенціал» традиційно застосовується для характеристики засобів, запасів, джерел або можливостей, які можуть бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі у діяльності підприємства [3, с.296]. Комерційний потенціал представляється як «накопичена певна кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції» [5, с.92], або тлумачиться як «система чинників і умов, необхідних для здійснення інноваційного процесу» [11, с.131], що значно спрощує дійсність, а також звужує сферу вживання цієї важливої категорії. У визначенні комерційного потенціалу як «здатності різних галузей народного господарства виробляти наукоємну продукцію, що відповідає вимогам світового ринку» [12, с.108], ця категорія прив'язана до конкретного рівня (народне господарство), що також звужує сферу її вживання. Крім того, в цьому випадку з розгляду випадають організаційні інновації і інновації-послуги промислових підприємств. У цих і інших визначеннях комерційного потенціалу, як правило, розкривається одна або декілька суттєвих характеристик даного явища. В одному випадку акцент переноситься на інституційні структури або засоби формування потенціалу, в іншому йде прив'язка до конкретного рівня (підприємство, національна економіка і так далі). Таке визначення, як «комерційний потенціал містить невикористані, приховані можливості накопичення ресурсів, які можуть бути приведені в дію для досягнення цілей економічних суб'єктів» [13, с.109], також свідчить про наявність неоднозначності в розумінні суті комерційного потенціалу промислових підприємств. Дана обставина значною мірою ускладнює розробку практичних рекомендацій з формування і ефективного використання комерційного потенціалу і, таким чином, негативно позначається на кінцевих результатах інтелектуально-інноваційної діяльності. Відмічене обумовлює необхідність проведення додаткового дослідження комерційного потенціалу промислових підприємств як об'єкту управління (оскільки не можна управляти тим, суть чого не розкрита або розкрита не повною мірою), при цьому уточненню насамперед підлягають зміст і класифікація комерційного потенціалу.

Досить прозорими і повними в питаннях дослідження комерційного потенціалу можна вважати

висновки П.Г.Перерви [1, 3, 26]. На його думку, під комерційним потенціалом розуміється кількість економічних ресурсів, які в кожен конкретний момент суспільство може використовувати для свого розвитку. Ці ресурси розподіляються між трьома основними секторами (сегментами, напрямками) макросистеми: науково-технічним, освітнім, інвестиційним. В результаті цього розподілу формуються: науково-технічний потенціал (сегмент або комплекс), освітній потенціал (сегмент або комплекс), інвестиційний потенціал (сегмент або комплекс). Сукупність названих сегментів складає інформаційну базу комерційного потенціалу макросистеми. При цьому підході доцільно вважати комерційним потенціалом не всю кількість ресурсів, які суспільство передбачає використовувати для свого перспективного розвитку, а тільки ту їх частину, яка може бути використана для збільшення об'ємів або поліпшення якості кінцевого вжитку. При цьому слід мати на увазі, що динаміка кількісних і якісних показників вжитку повинна здійснюватися на користь споживачів, а не виробників. Слід зазначити, що існують значні проблеми, пов'язані з розділенням кінцевого споживання на індивідуальне (приватне) і колективне (суспільне), але в даному випадку важливішою є необхідність дотримання раціональних пропорцій між кінцевим і проміжним вжитком. Науково-технічний сегмент комерційного потенціалу забезпечує появу нового. Освітній сегмент робить можливим дифузю нового і його продуктивне використання. Інвестиційний сектор перетворює об'єкт інтелектуальної власності безпосередньо в інтелектуальну інновацію. Таким чином, величина комерційного потенціалу розраховується як сукупний підсумковий результат роботи наступних сегментів комерційного потенціалу: наука – освіта – інвестиції – інтелектуальна власність. Проте ця сума не гарантує здобуття необхідного результату методом прямого додавання, а визначається як середній результат їх взаємного впливу.

Сучасні українські автори визначають комерційний потенціал як сукупність елементів, які необхідні для вирішення певних виробничих проблем, і готовність суб'єкта господарювання до їх вирішення. Розрізняють комерційний потенціал економічно-господарської системи, галузі, регіону та окремого підприємства. Комерційний потенціал окремого підприємства залежить від його виду діяльності, інноваційної можливості, здатності та сприйнятливості до впровадження інновацій та його інноваційної активності [11, 18, 24, 28].

Незважаючи на достатність уваги до теоретичних та практичних питань комерційного потенціалу промислових підприємств існуюча інформація не містить системного характеру, має дискретний та неоднозначний характер. Найчастіше комерційний потенціал ототожнюють з науково-технічним потенціалом. У визначенні комерційного потенціалу розкривається одна або кілька суттєвих характеристик даного явища.

Невирішені питання теоретичних досліджень обумовлюють необхідність проведення додаткового дослідження комерційного потенціалу промислових

підприємств як об'єкту управління, оскільки неможливо управляти тим, сутність чого не розкрита або розкрита не у повному обсязі.

Метою даного дослідження є уточнення поняття та складу комерційного потенціалу промислових підприємств.

Категорію «комерційний потенціал» можна трактувати як здібність системи до трансформації фактичного порядку речей в новий стан з ціллю задоволення існуючих або нових потреб (суб'єкта новатора, споживача, ринку і тому подібне). Ефективне використання комерційного потенціалу промислових підприємств робить можливим перехід від прихованої можливості до явної реальності, тобто з одного стану в інше, від традиційного до нового. Потенціал – це не просто показник, який характеризує стан об'єкту (системи), а категорія, яка одночасно відображує сутність методологічних основ безлічі реальних процесів і явищ. Саме такий підхід дає можливість адекватно відобразити не лише ту або іншу ситуацію, ті або інші стосунки, але і процеси, тенденції їх розвитку і, таким чином, ефективність функціонування економічної системи в цілому. Комерційний потенціал – це економічна категорія, яка характеризує здібності промислових підприємств до зміни, поліпшення, прогресу.

Структура комерційного потенціалу промислових підприємств може бути представлена єдністю трьох його складових, які співіснують взаємно, передбачають і обумовлюють один одного і виявляються при використанні як його триєдина сутність: ресурсною, внутрішньою, результативною. Ресурсна складова комерційного потенціалу є свого роду «плацдармом» для його формування. Вона включає наступні основні компоненти, що мають різне функціональне призначення: матеріально-технічні, інформаційні, фінансові, людські і інші види ресурсів. Ресурсна складова промислових підприємств має базовий характер, тому, на нашу думку, буде доречним розглянути кожний її елемент окремо.

1. Матеріально-технічні ресурси, які є речовою основою, визначають техніко-технологічну базу потенціалу промислового підприємства, яка згодом впливатиме на масштаби і темпи інноваційної діяльності. У свою чергу саме вони формуються в галузях, що виготовляють засоби виробництва, які шляхом вживання нових технологій закладають в них потенційні можливості, що реалізуються або не реалізуються згодом.

2. Інформаційний ресурс промислового підприємства, наступна компонента ресурсної складової, – це такі її активні форми як бази знань, моделі, алгоритми, програми, проекти і так далі. Подібно до ферменту переводить матеріальні чинники з латентного стану в активний. Даний вигляд ресурсів, на відміну від інших, практично невичерпний. З розвитком суспільства і активізацією використання знань запаси інформаційного ресурсу не зменшуються, а навпроти, збільшуються. При цьому цей вид ресурсів не самостійний і сам по собі має лише потенційне значення, лише об'єднавшись з іншими ресурсами – досвідом, працею, кваліфікацією, технікою,

технологією, енергією, сировиною, він з'являється у «кінетиці» як рухова сила комерційного потенціалу.

3. Фінансові ресурси промислового підприємства входять до складу ресурсної складової комерційного потенціалу як органічна єдність готівкових ресурсів і невикористаних можливостей їх альтернативного вкладення. Таким чином, вони характеризуються сукупністю джерел і запасів фінансових можливостей, які є у наявності і можуть бути використані для реалізації конкретних цілей і завдань. При цьому об'єм фінансових ресурсів відображає фінансову потужність, здатність системи брати участь у створенні матеріальних благ і надання послуг. Фінансові ресурси, окрім функції забезпечення, виконують і страхову функцію, безпосереднім чином дублюючи, а також вимірюючи у грошових одиницях матеріально-технічні, інформаційні, людські та інші ресурси, що входять до складу комерційного потенціалу. Таким чином, значення цього ресурсу неоднозначне. З одного боку, через свою обмеженість він змушує шукати більш економічний варіант, виходити з того, що є, інтенсифікувати використання наявних чинників, тобто приводить в рух всю систему. З іншої – його лімітований характер може загальмувати або погасити формування і реалізацію самого комерційного потенціалу. Проте, одне залишається безперечним – цей вигляд ресурсів безпосереднім чином (якісно і кількісно) впливає на комерційний потенціал промислового підприємства.

4. Людський ресурс (капітал, чинник) промислового підприємства є наступною компонентною ресурсної складової комерційного потенціалу, який не просто виконує забезпечуючу функцію, як всі попередні, а виступає головною креативною силою, оскільки все народжується саме в головах людей. Це сукупність проінвестованих суспільно доцільних виробничих і загальнолюдських вмінь, знань, здібностей, якими володіє людина, які їй належать, невіддільні від неї і практично використовуються у повсякденному житті. Важливим є те, що вказана компонента має безпосередній вплив не лише на ресурсну складову комерційного потенціалу, але і на внутрішню і особливо результативну.

Другою складовою комерційного потенціалу інтелектуальної власності промислового підприємства є внутрішня складова – так званий «важіль», який забезпечує дієздатність і ефективність функціонування всіх попередніх елементів. В цілому, вказана складова характеризує можливість цілеспрямованого здійснення інноваційної діяльності, тобто визначає здатність системи на принципах комерційної результативності залучати ресурси для ініціації, створення і поширення різного роду новин. Таким чином, внутрішню складову можна охарактеризувати через процеси створення і впровадження нового продукту, забезпечення взаємозв'язку новатора як з наукою, що надає прогресивні ідеї, так і з ринком, споживаючим готовий продукт, а також методи і способи управління інноваційним процесом.

Вказана складова є досить складною і важливою, і тому для детального її аналізу окремі автори

пропонують використовувати структурно-інституційний і функціональний підходи. При цьому структурно-інституційний підхід виокремлює структуру інтелектуально-інноваційної діяльності з точки зору системи інституційних суб'єктів, що її здійснюють, а також економічні зв'язки із зовнішніми для неї сферами – наукою і виробництвом. Функціональний підхід виявляє тимчасові закономірності інноваційного процесу – виробництво інноваційного продукту, його обмін, розподіл, вжиток і відновлення циклу інноваційного процесу, за яке і відповідає внутрішня складова комерційного потенціалу. Третьою складовою комерційного потенціалу є результативна складова, яка виступає віддзеркаленням кінцевого результату реалізації наявних можливостей у вигляді нового продукту, отриманого в ході здійснення інноваційного процесу. Таким чином, вона – свого роду цільова характеристика комерційного потенціалу промислового підприємства. Важливість цієї складової і доцільність відособленого виділення підтверджується тим, що її збільшення, у свою чергу, сприяє розвитку останніх складових (наприклад, ресурсної). Іншими словами, результативна складова є результатом кількісної і якісної зміни, несе в собі потенційні можливості виводу на новий рівень функціонування як комерційного потенціалу, так і системи в цілому. Тісний взаємозв'язок ресурсної, внутрішньої і результативної складових комерційного потенціалу визначає необхідність виявлення на практиці їх оптимального співвідношення, виходячи з ролі і значущості, яку вони грають у формуванні і розвитку потенціалу. Так, наприклад, незначна питома вага ресурсної складової, як правило, обумовлена більшим значенням якісних змін, чим кількісними. При цьому обмеженість необхідних ресурсів часом і простором може бути повністю або частково подолана інтенсифікацією їх використання, вживанням нових методів організації процесу, пошуком нових джерел їх залучення. Існує певна межа відхилення величини складових комерційного потенціалу інтелектуальної власності від оптимального рівня. Тобто подальша зміна якого-небудь елемента спричиняє за собою або зниження віддачі від нього самого, або зменшення ефективності функціонування останніх елементів, оскільки всі вони існують в системній єдності. Охарактеризувати досліджуваний об'єкт можна шляхом виділення різних його видів за допомогою класифікації. Проте відносно комерційного потенціалу інтелектуальної власності промислового підприємства слід зазначити, що неоднозначність і складність даної категорії ускладнює виділення незалежних його видів і, таким чином, робить неможливим формування чіткої єдиної класифікації. Необхідно відзначити, що повне перерахування всіх можливих видів комерційного потенціалу у вигляді класифікації, найбільшою мірою співпадаючого з реальністю і поставленим завданням, неможливе. Кожен регіон або підприємство само (у залежності від призначення і умов функціонування) має право формувати власну класифікацію, найбільшою мірою близьку до реальності та поставлених завдань.

Для позначення цілей і задач оцінки ми виходили з власного визначення поняття складу комерційного потенціалу підприємства, тому що серед учених немає єдиної точки зору щодо сутності поняття комерційний потенціал. На наш погляд, комерційний потенціал – це сукупність виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних ресурсів і можливостей, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність при постійному удосконаленні системи управління нею з урахуванням факторів нестабільності ринкового середовища. Комерційний потенціал підприємства залежить від ряду факторів, що визначають його формування, розвиток і рівень використання. На процес формування комерційного потенціалу інтелектуальної власності впливають в основному такі фактори, як: стан інноваційного клімату регіону діяльності підприємства; особливості інноваційної діяльності підприємства; розвиненість і гнучкість оргструктури управління інноваційною діяльністю, системи мотивації; оптимізація комплексу маркетингу. Рівень використання комерційного потенціалу, у свою чергу, залежить від якості прийнятих інноваційних і інвестиційних рішень на кожному етапі інноваційного процесу, а також від ступеня інформаційної забезпеченості цього процесу.

**Висновки та напрямки подальших досліджень.** З огляду на усе вищесказане, необхідно відзначити, що оцінка комерційного потенціалу інтелектуальної власності підприємства повинна бути спрямована на виявлення і вивчення факторів, що впливають на його формування, розвиток і реалізацію з метою визначення ступеня використання інноваційних та інвестиційних можливостей промислового підприємства і на цій основі зробити висновок про рівень його інноваційної активності. Слід відзначити, що в ході проведення діагностики комерційного потенціалу підприємства виникає ряд проблем.

Основна проблема пов'язана з недостатністю необхідної аналітичної інформації. Існування цієї проблеми викликано відсутністю діючого механізму статистичного обліку інноваційної діяльності підприємств різних галузей. Так на сьогодні тільки для промислових підприємств передбачається звіт з форм: №1-інновація «Обстеження технологічних інновацій промислового підприємства» та №2-інновація «Інноваційна активність підприємств». Але цього недостатньо для ретельного аналізу. Для промислових підприємств зовсім не передбачається ніякої статистичної звітності з інноваційної діяльності, що ускладнює проведення аналітичного обстеження цього напрямку діяльності підприємств. Слід відмітити, що на більшості досліджуваних промислових підприємств в управлінському і фінансовому обліку не виділяються дані з інноваційної діяльності, що також ускладнює діагностику комерційного потенціалу.

Друга проблема пов'язана безпосередньо з оцінкою комерційного потенціалу. Слід зазначити, що подібний аналіз досить складний і трудомісткий. Складність розглянутої проблеми полягає в тому, що оцінку окремих елементів комерційного потенціалу неможливо здійснити кількісно і в цьому випадку

застосовується метод експертних оцінок, який базується на суб'єктивних думках експертів і не супроводжується традиційними розрахунками.

#### Список літератури

1. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
2. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
3. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>
4. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингова політика і стратегія збуту інновацій на ринку промислової продукції // *Вісник Нац. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2016. № 27 (1199). С. 77-81. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/25752>
5. Косенко А.В., Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Косенко О.П., Ткачова Н.П. Стратегія маркетингу логістичних послуг у підприємницькій діяльності: ціноутворення та політика розподілу // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки): зб. наук. пр.* Харків: НТУ "ХПІ", 2021. № 1. С. 91-97. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54964>
6. Боллох І., Кобелева Т., Перерва П. Стратегічний маркетинг: концептуальні основи використання [Електронний ресурс] *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти : матеріали 5-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 22-23 березня 2023 р.* Львів, 2023. Ч.2. С. 50-52. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66196>.
7. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Кон'юнктура міжнародного ринку як економічна категорія маркетингової політики підприємства // *Сучасні тенденції міжнародних економічних відносин. Економічна інтеграція України у світове господарство: кол. монографія / ред. І.М.Посохов [та ін.]*. Харків : НТУ "ХПІ", 2016. С. 218-237. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/30772>
8. Приходько Є.Г., Перерва П.Г. Формування положень маркетингу вражень в індустрії туристичного бізнесу // *Авіація, промисловість, суспільство: матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф., Кременчук, 12 травня 2021 р.*: у 2 ч. Ч. 2. Харків: ХНУВС, 2021. – С. 476-478. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53698>
9. Перерва П.Г., Нані С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 89-94. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/36346>
10. Кобелева Т.О. Стратегія забезпечення комплексної безпеки промислового підприємства. Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2019. № 3 (9). С. 53–61. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/7259d28a-4804-40e3-a2c0-0498c0ee3783>.
11. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека підприємства як фактор успішної комерціалізації інновацій / Т.О. Кобелева // *Управління комерціалізацією інноваційної продукції / за ред. Ілляшенка С.М., Біловодської О.А.* [Монографія]. – Суми : Триторія, 2019. – С. 117-139.
12. Кобелева Т.О. Комплаєнс-функція в сфері комерціалізації результатів інноваційної діяльності підприємства // *Тестування та оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій / за ред. Є.І.Нагорного* [Монографія]. – Суми : Триторія, 2019. – С. 288-301.
13. Кобелева Т.О. Концептуальні положення аналізу рівня комплаєнс-безпеки країни та підприємства / Т.О. Кобелева // *Економічний аналіз.* – 2019. – № 3. – Т.29. – С. 107-115.
14. Кобелева Т.О., Носирев О.О., Глізнуца М.Ю., Проскурня О.М. Дослідження організаційно-економічних факторів економічної безпеки туристичного бізнесу на українському ринку // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ «ХПІ», 2019. – № 23. – С. 48-54.
15. Шаульська Л. В., Райко Д. В., Дюжев В. Г., Долина І. В. Моніторинг комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур / Л. В. Шаульська [та ін.] // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic*

- sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – № 4. – С. 72-78. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68483>
16. Рудика В.І., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Сучасні тенденції інноваційного розвитку ринку електротехнічної продукції // Сучасні технології та досягнення інженерних наук в галузі гідротехнічного будівництва та водної інженерії : зб. наук. пр. Херсон : ХДАЕУ, 2021. Вип. 3. С.12-17. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53271>
  17. Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка і організація управління*. № 1 (49), 2023. С.45-56
  18. Виниченко А.А., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Інноваційні процеси як фактор розвитку ринку промислової продукції // *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 1 листопада 2019 р.* Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. С.92-94. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/43524>
  19. Перерва П.Г., Косенко О.П., Матросова В.О., Кобелев В.М. Інформаційне забезпечення обліку та аналізу на підприємствах туристичного бізнесу // *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : матеріали 4-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 31 березня 2021 р.* [Ч. 1]. Полтава: ПДАА, 2021. С.364-366. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53638>
  20. Кобелева Т.О., Косенко А.В., Долина І.В. Особливості маркетингу послуг туристичного бізнесу // *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури : матеріали 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 23-25 травня 2019 р.* Львів: Львівська політехніка, 2019. С. 326-328. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41503>
  21. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Формування системи моніторингу підприємницької діяльності підприємства // *Економіка: реалії часу: електрон. наук. вид.* 2023. № 1 (65). С. 5-11. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No1/5.pdf>
  22. Шаульська Л. В., Дюжев В. Г., Долина І. В. Розвиток систем економічного моніторингу бізнес-процесів комерціалізації інтелектуальної власності // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – № 3. – С. 67-72.
  23. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobeliyeva, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. – 2023. – № 1(23). – С. 43-50. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/ejoru/2023/No1/43.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2023.5. DOI: 10.5281/zenodo.7875390.
  24. Шаульська Л. В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л. В. Шаульська, П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит = Energy saving. Power engineering. Energy audit.* – 2023. – № 3 (181). – С. 14-23.
  25. Кобелева Т.О. Сутність та визначення компласнс-ризиків. *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки.* Харків: НТУ "ХПІ", 2020. № 1 (3). С. 116-121.
  26. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
  27. Kobeliyeva T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // *Marketing and Management of Innovations*. №4. С.67-74.
  28. Kobeliyeva T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Determination of marketing characteristics of market capacity for electrical automation. // *Менеджмент і маркетинг інновацій*. №3. С.79-86.
- References (transliterated)**
1. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
  2. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G. Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
  3. Pererva P.G., Borzenko V.I., Kobyelyeva T.O. Intelektualna vlasnist: mahisterskyu kurs: pidruchnyk [Intellectual property: master's course: textbook]. Kharkiv: NTU «KHPI», 2019. 1002 s. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>
  4. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Marketynhova polityka i stratehiya zbutu innovatsiy na rynku promyslovoyi produktsiyi [Marketing policy and marketing strategy of innovations on the market of industrial products] // *Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KHPI" : zb. nauk. pr. Ekonomichni nauky. Kharkiv : NTU "KHPI"*, 2016. № 27 (1199). S. 77-81. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/25752>
  5. Kosenko A.V., Pererva P.G., Kobyelyeva T.O., Kosenko O.P., Tkachova N.P. Stratehiya marketynhu lohystychnykh posluh u pidpryyemnytskiy diyalnosti: tsinoutvorenniya ta polityka rozpodilu [Marketing strategy of logistics services in business: pricing and distribution policy] // *Visnyk NTU «KHPI» (ekonomichni nauky): zb. nauk. pr. Kharkiv: NTU "KHPI"*, 2021. № 1. S. 91-97. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54964>
  6. Bolyukh I., Kobyelyeva T., Pererva P. Stratehichnyy marketynh: konseptualni osnovy vykorystannya [Strategic marketing: conceptual bases of use] [Elektronnyy resurs] *Aktualni problemy suchasnoho biznesu: oblikovo-finansovyy ta upravlyns'kyi aspekty : materialy 5-yi Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., 22-23 bereznya 2023 r.* Lviv, 2023. CH.2. S. 50-52. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66196>.
  7. Kobyelyeva T.O., Pererva P.G., Konyunktura mizhnarodnoho rynku yak ekonomichna katehoriya marketynhovoyi polityky pidpryyemstva [The situation of the international market as an economic category of the company's marketing policy] // *Suchasni tendentsiyi mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn. Ekonomichna intehratsiya Ukrainy u svitove hospodarstvo: kol. monohrafiya / red. I.M.Posokhov [ta in.]*. Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. S. 218-237. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/30772>
  8. Prykhodko YE.H., Pererva P.G. Formuvannya polozhen marketynhu vrazhen v industriyi turystychnoho biznesu [Formation of impression marketing provisions in the tourism business industry] // *Aviatsiya, promyslovist', suspil'stvo: materialy 2-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., Kremenchuk, 12 travnya 2021 r. : u 2 ch.* CH. 2. Kharkiv: KHNUVS, 2021. – S. 476-478. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53698>
  9. oPererva P.G., Nahi S., Kobyelyeva T.O. Otsinka vplyvu innovatsiynoi, investytsiynoi ta marketynhovoyi polityky pidpryyemstva na riven konkurentospromozhnosti [Assessment of the impact of innovative, investment, and marketing policies of the enterprise on the level of competitiveness] // *Visnyk NTU «KHPI» (ekon. nauky) : zb. nauk. pr. Kharkiv : NTU "KHPI"*, 2018. № 15 (1291). S. 89-94. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/36346>
  10. Kobyelyeva T.O. Stratehiyi zabezpechennya komplayens-bezpeky promyslovoho pidpryyemstva [Strategies for ensuring compliance-safety of an industrial enterprise]. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2019. № 3 (9). S. 53–61. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/7259d28a-4804-40e3-a2c0-0498c0ee3783.25>.
  11. Kobyelyeva T.O. Komplayens-bezpeka pidpryyemstva yak faktor uspishnoyi komertsializatsiyi innovatsiy [Compliance-security of the enterprise as a factor of successful commercialization of innovations] // *Upravlinnya komertsializatsiyeyu innovatsiynoi produktsiyi / za red. Ilyashenko S.M., Bilovodskoyi O.A. [Monohrafiya]. – Sumy : Trytoriya, 2019. – S. 117-139.*
  12. Kobyelyeva T.O. Komplayens-funktsiya v sferi komertsializatsiyi rezultativ innovatsiynoi diyalnosti pidpryyemstva [Compliance function in the field of commercialization of the results of innovative activity of the enterprise] // *Testuvannya ta otsynuvannya komertsiynykh perspektiv tovarnykh innovatsiy / za red. YE.I.Nahornoho [Monohrafiya]. – Sumy : Trytoriya, 2019. – S. 288-301.*
  13. Kobyelyeva T.O. Kontseptualni polozhennya analizu rivnya komplayensbezpeky krayiny ta pidpryyemstva [Conceptual provisions of the analysis of the level of compliance security of the country and the enterprise] // *Економічний аналіз*. – 2019. – № 3. – Т.29. – С. 107-115.
  14. Kobyelyeva T.O., Nosyryev O.O., Hliznutsa M.Yu., Proskurnya O.M. Doslidzhennya orhanizatsiyno-ekonomichnykh faktoriv ekonomichnoyi bezpeky turystychnoho biznesu na ukrayinskomu rynku [Research of organizational and economic factors of the economic security of tourism business on the Ukrainian market] // *Visnyk NTU «KHPI» (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU «KHPI»*, 2019. – № 23. – S. 48-54.
  15. Shaulska L. V., Rayko D. V., Dyuzhev V. H., Dolyna I. V. Monitorynh komertsiynoho potentsialu intelektualno-innovatsiynykh biznes-struktur [Monitoring the commercial potential of intellectual

- and innovative business structures] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2022. – № 4. – S. 72-78. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68483>
16. Rudyka V.I., Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Suchasni tendentsiyi innovatsiynoho rozvytku rynku elektrotekhnichnoyi produktsiyi [Modern trends in the innovative development of the electrotechnical products market] // *Suchasni tekhnolohiyi ta dosyahnennya inzhenernykh nauk v haluzi hidrotekhnichnoho budivnytstva ta vodnoyi inzheneriyi* : zb. nauk. pr. Kherson : KHDAEU, 2021. Vyp. 3. S.12-17. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53271>
17. Pererva P.G., Shaulska L.V., Kobieliyeva T.O. Formuvannya ta vykorystannya systemy monitorynhu pidpryyemnyts'kykh ryzykiv yak zaporuka staloho rozvytku biznes-struktur [Formation and use of a system for monitoring business risks as a guarantee of sustainable development of business structures]. *Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya*. No 1 (49), 2023. S.45-56.
18. Vynychenko A.A., Kobyelyeva T.O., Pererva P.G. Innovatsiyni protsesy yak faktor rozvytku rynku promyslovyoi produktsiyi [Innovative processes as a factor in the development of the industrial product market] // *Marketynh v umovakh rozvytku tsyfrovoykh tekhnolohiy* : materialy 2-yi Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf., 1 lystopada 2019 r. Lutsk : IVV Lutskoho NTU, 2019. S.92-94. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/43524>
19. Pererva P.G., Kosenko O.P., Matrosova V.O., Kobyelyev V.M. Informatsiynе zabezpechennya obliku ta analizu na pidpryyemstvakh turystychnoho biznesu [Information provision of accounting and analysis at enterprises of the tourism business] // Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku obliku, analizu ta kontrolyu v sotsialno-oriyentovaniy systemi upravlinnya pidpryyemstvom : materialy 4-yi Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf., 31 bereznya 2021 r. [Ch. 1]. Poltava: PDAA, 2021. S.364-366. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53638>
20. Kobyelyeva T.O., Kosenko A.V., Dolyna I.V. Osoblyvosti marketynhu posluh turystychnoho biznesu [Peculiarities of marketing services of tourism business] // *Problemy formuvannya ta rozvytku innovatsiynoyi infrastruktury* : materialy 5-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 23-25 travnya 2019 r. Lviv: Lvivska politekhnika, 2019. S. 326-328. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41503>
21. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Formuvannya systemy monitorynhu pidpryyemnyts'kyoi diyalnosti pidpryyemstva [Formation of a system for monitoring the enterprise's entrepreneurial activity] // *Ekonomika: realiyi chasu: elektron. nauk. vyd.* 2023. № 1 (65). S. 5-11. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No1/5.pdf>
22. Shaulska L. V., Dyuzhev V. H., Dolyna I. V. Rozvytok system ekonomichnoho monitorynhu biznes-protsesiv komertsializatsiyi intelektual'noyi vlasnosti [Development of systems of economic monitoring of business processes of commercialization of intellectual property] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2022. – № 3. – S. 67-72.
23. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliyeva, L.V. Shaulska // *Economic journal Odessa polytechnic university*. – 2023. – № 1 (23). – P. 43-50. – Retrieved from <https://economics.net.ua/ejopu/2023/No1/43.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2023.5. DOI: 10.5281/zenodo.7875390.
24. Shaulska L.V. Pererva P.G., Kobieliyeva T.O. Doslidzhennya vplyvu pidpryyemnyts'kykh ryzykiv na stalyy rozvytok pidpryyemstva [Estudio de la influencia de los riesgos empresariales en el desarrollo sostenible de una empresa] // *Enerhozhberezhennya. Enerhetyka. Enerhoaudyt = Energy saving. Power engineering. Energy audit*. – 2023. – № 3 (181). – S. 14-23.
25. Kobieliyeva T.O. Sutnist ta vyznachennia komplaiens-ryzyku [The essence and definition of compliance risk]. *Bulletin of NTU "KhPI": coll. of science Ave. of Economic Sciences*. Kharkiv: NTU "KhPI", 2020. № 1(3). S.116-121.
26. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
27. Kobieliyeva T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // *Marketing and Management of Innovations*. №4. C.67-74.
28. Kobieliyeva T.O., Tkachov M.M., Tkachova N.P., Pererva P.G. (2017) Determination of marketing characteristics of market capacity for electrical automation. // *Менеджмент і маркетинг інновацій*. №3. С.79-86.

Надійшла (received) 29.09.2023

#### Відомості про авторів / About the Authors

**Князь Святослав Володимирович (Kniaz Sviatoslav)** – доктор економічних наук, професор, Національний університет «Львівська політехніка»; завідувач кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів; м. Львів, вулиця Карпінського, 2/4, Україна; тел. (032) 258-32-59, e-mail: [peet.dept@lpnu.ua](mailto:peet.dept@lpnu.ua)

**Ткачова Надія Петрівна (Tkachova Nadezhda)** – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри маркетингу; тел.: (067)122-40-02; e-mail: [nadiia.tkachova@khpi.edu.ua](mailto:nadiia.tkachova@khpi.edu.ua)

**Косенко Андрій Васильович (Kosenko Andrey)** – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (096) 366-4379; e-mail: [avakos74@gmail.com](mailto:avakos74@gmail.com)