

*A. В. КОБЕЛЄВА***МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ПО ЕКСПРЕС-ОЦІНЦІ КОМЕРЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ**

В статті поставлена та вирішена задача оцінювання рівня комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних технологій, які є результатом інноваційної діяльності промислових підприємств. Доведено, що комерційний потенціал інтелектуального продукту характеризує його ринкову реалізацію як товару (продаж) в найближчому майбутньому. При придбанні інтелектуального продукту підприємця цікавлять в меншій мірі техніко-технологічні характеристики та можливості інтелектуального продукту, а в більшій мірі можливість як отримати реальну вигоду з продажу продукції чи послуг, створених на основі інтелектуального продукту. Комерційний потенціал інтелектуально-інноваційної технології запропоновано визначати, виходячи з її особливостей як товару, до яких пропонується віднести: невисока в порівнянні з іншими товарами поінформованість потенційних споживачів про можливості купівлі-продажу технологічного продукту; наявність суттєвих складнощій при встановленні об'єктивних споживчих характеристик інноваційної технології (рівня корисності); придбання інтелектуальної технології означає придбання транзакційних витрат з виявлення її контрафактного використання. Для проведення експрес-оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології пропонується до використання система критеріїв, використання яких дозволяють оцінити як комерційний потенціал технології, так і її економічну ефективність. До критеріїв оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології в статті запропоновано віднести: технічні переваги, які відтворено в технічних показниках, які характеризують виконання основної (базової) функції інноваційного продукту чи послуги; технологічні переваги, які характеризують можливість інноваційного продукту бути більш технологічним, мати більш зручності при своєму виробництві, обслуговуванні, реалізації, утилізації, забезпеченні ефективності здійснення підприємством виробничо-комерційної діяльності; маркетингові переваги, які відтворюють можливість формування нових потреб; виведення потреб з стану латентних на реальний рівень; забезпечувати стратегічний розвиток і реалізацію перспективних планів підприємства-споживача; формувати шокінг-ефект (wow-ефект), який базується на новизні і неочікуваності ринкової пропозиції інноваційного продукту, його вражаючої дії на потенційних споживачів; переваги естетичного плану, які включають в себе покращення зовнішнього вигляду продукту, позитивність його сприйняття, підвищення до нього комерційної зацікавленості, формування нових смаків і таке ін.

**Ключові слова:** комерційний потенціал; економічна оцінка; інтелектуальна власність; ранжування; система критеріїв; показники; промислові підприємства

*A. V. KOBELIEVA***METHODOLOGICAL PROVISIONS FOR EXPRESS ASSESSMENT OF COMMERCIAL POTENTIAL OF INNOVATION TECHNOLOGY**

The article sets the task of assessing the level of commercial potential of intellectual and innovative technologies, which is the result of innovative activities of industrial enterprises. It has been proven that the commercial potential of an intellectual product characterizes its market implementation as a product (sales) in the near future. When purchasing an intellectual product, the entrepreneur is less interested in the technical and technological characteristics and capabilities of the intellectual product, and to a greater extent in the possibility of obtaining a real benefit from the sale of products or services created on the basis of the intellectual product. The commercial potential of intellectual and innovative technology is based on the characteristics of the product to which it is proposed: low level of information about potential opportunities compared to other products Zhivachiv about the possibilities of buying and selling technological products; the presence of existing folding elements with the installation of objective survivable characteristics of innovative technology (level of content); The addition of intelligent technology means the addition of transaction costs from the detection of counterfeit goods. To carry out a rapid assessment of the commercial potential of an innovative technology, a system of criteria is used to evaluate both the commercial potential of the technology and its economic efficiency. activity. Before the criteria for assessing the commercial potential of an innovative technology, it is necessary to include in the statistics: technical advances, as shown in technical indicators, which characterize the development of the main (basic) function in innovative product and service; technological advances that characterize the capabilities of an innovative product to be more technologically advanced and more reliable in its production, maintenance, sales, disposal, and safe operation activity of production and commercial activities; marketing advantages that make it possible to formulate new needs; the transformation of latent needs into reality; ensure strategic development and implementation of long-term plans for the living enterprise; formulate a shock effect (wow effect), which is based on the novelty and unfamiliarity of the market proposition of an innovative product, whose impact on potential partners; advantages of an aesthetic plan, which include improving the appearance of the product, the positivity of its taste, advancement to new commercialization, the formation of new flavors, etc.

**Keywords:** commercial potential; economic evaluation; intellectual power; ranking; system of criteria; indicators; industrial enterprises

**Постановка проблеми.** Інноваційні можливості промислових підприємств, які включають в себе різного роду матеріально-виробничі, інформаційні, науково-технічні, інтелектуальні ресурси, які потрібні для прискорення технологічного інноваційного розвитку, відносять до категорії, яка характеризується як економічними, так і правовими чинниками. Інноваційна політика підприємства будується на засадах визнання моделі інтелектуально-технологічного розвитку як пріоритетного використання науково-технічного потенціалу підприємства, об'єктів інтелектуальної власності, які знаходяться на його балансі [1, 3]. Розвиток ринкових засад в економіці України формує принципово нові відносини до об'єктів інтелектуальної власності як до

значного інноваційного потенціалу, який здатний прискорити розвиток як економіки нашої країни, так і окремо взятого підприємства. Для більш ефективного сталого зростання економіки необхідно сформувати ефективний механізм оцінки комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних технологій, технологічного обладнання, який би забезпечив їх ефективну дистрибуцію та використання. В ролі дієвого механізму активізації технологічної політики в науково-технічній і виробничій сфері може бути використано технологічний аудит [1; 2; 17], який дозволяє прогнозувати рівень комерційного потенціалу інноваційних розробок, керувати процесом впровадження інноваційних технологій на технологічні ринки. Перетворення науково-технічних

розробок в прогресивні інноваційні продукти, які в повній мірі придатні як для виробництва, так і ринку, - один з найбільш складних етапів, які зв'язують наукові розробки з ринком та споживачем. Поки ще в українських підприємств недостатньо досвіду в керуванні технологічним підприємством, не розроблено відповідні методичні та нормативні матеріали, які здатні регламентувати порядок споживання і методологію оцінювання інноваційних технологій при проведенні їх комерціалізації. Успішність процесу комерціалізації наукових розробок, технологічних продуктів забезпечується проведенням їх експертного оцінювання та обґрунтованого відбору з урахуванням як європейського, так і українського ринкового попиту. Їм повинен бути притаманним ринковий потенціал корисності і затребуваності (комерційний потенціал) в сучасних ринкових умовах, що підкреслює актуальність проведення наукових розробок та досліджень в даному напрямку [4; 5; 6]. Для вирішення поставленої задачі дуже важливим є задача ранжування існуючих інтелектуально-інноваційних технологій з урахуванням наперед заданих критеріїв, що дозволяє обґрунтовано з наукової точки зору планувати політику технологічного трансферу для забезпечення комерційно ефективного використання інтелектуально-інноваційних ресурсів підприємства, які в цей час знаходяться на його балансі.

**Метою статті** є вирішення наукової проблеми розробки та обґрунтування науково-методичного інструментарію та практичних рекомендацій щодо економічного оцінювання комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних технологій на основі розробки алгоритму і підсистеми управління цим процесом.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Значна кількість дослідників ставили собі за ціль проаналізувати та удосконалити сутність і специфічні особливості комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних технологій, так як важливою умовою ринкового успіху інтелектуального продукту якраз виступає комерційний потенціал технології, на основі якої він створений. В існуючих дослідженнях надаються різноманітні трактування комерційного потенціалу та методів його економічного оцінювання в рамках запропонованих теорій і концепцій. У зв'язку з цим визиває науковий інтерес ряд наукових розробок закордонних та українських дослідників, які вирішують різні проблеми формування і використання комерційного потенціалу інтелектуальних розробок підприємства, зокрема в інтересах забезпечення якості інноваційної діяльності. До такого роду досліджень слід віднести наукові публікації Ілляшенко С.М., Перерви П.Г., Старостіної А.О., Верес Шомоші М., Глізнуци М.В., Косенко О.П., Ткачова М.М., Маслак М.В., Долини І.В., Кобелевої Т.О., Майстро Р.Г., Нагі С., Шімпп К., Косенко А.В., Кобелева В.М. та ін. Разом з тим, проведених досліджень в галузі визначення комерційного потенціалу інтелектуальних розробок в науково-технічній і виробничій сфері і пов'язаних з цим його особливостей нині ще недостатньо. Ці проблеми розглядаються зазвичай без необхідного

взаємозв'язку, без комплексного підходу, який може істотно полегшити і оптимізувати їх рішення. Наявні дослідження по економічній оцінці комерційного потенціалу не дозволяють провести глибокий аналіз по областях сучасної техніки з урахуванням її оновлення, при цьому не розглядаються прибуткові форми комерціалізації інноваційних технологій. Не створені методики щодо способів і методів відбору інноваційних технологій і вибір форм їх використання. У публікаціях сучасних вчених недостатньо матеріалів, що розкривають теоретико-методичну та практичну можливість ранжування наявних інтелектуально-інноваційних технологій по наперед заданим критеріям.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Комерційний потенціал інтелектуального продукту характеризує його ринкову реалізацію як товару (продаж) в найближчому майбутньому. При придбанні інтелектуального продукту підприємця цікавить не так його технічні та технологічні характеристики та можливості інтелектуального продукту, як можливість отримати реальну вигоду з продажу продукції чи послуг, створених на основі інтелектуального продукту, або прав на його використання третім особам.

Таким чином, під комерційним потенціалом інтелектуально-інноваційної технології слід розуміти сукупність можливостей її ринкової реалізації як товару. Комерційний потенціал характеризує технологічний продукт як власника певної комерційної вигоди.

Комерційний потенціал інтелектуально-інноваційної технології пропонується визначати, виходячи з її особливостей як товару, до яких, на наш погляд, слід віднести наступні:

- невисока в порівнянні з іншими товарами поінформованість потенційних споживачів про можливість купівлі-продажу технологічного продукту;

- наявність суттєвих складнощій при встановленні об'єктивних споживчих характеристик інноваційної технології (рівня корисності);

- придбання інтелектуальної технології означає придбання трансакційних витрат з виявлення її контрафактного використання.

Наявність такого роду специфічних особливостей інтелектуально-інноваційної технології суттєво впливає на формування методичних підходів оцінювання рівня її комерційного потенціалу. Така ситуація передбачає формування характеристик технологічного продукту, сукупність яких і створить методичну базу, на які і буде розроблена як система характеризуючих показників, так і методичні положення щодо оцінки рівня комерційного потенціалу.

Найбільш важливі якісні характеристики комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційної технології, які обов'язково слід врахувати в процесі оцінювання рівня комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційної технології, представлено на рис.1.

Виробничий характер цільового технологічного ринку характеризує інноваційну технологію з точки зору можливостей її реалізації на даному ринку. Така реалізація в переважній кількості випадків проходить у вигляді інноваційної продукції підприємства-споживача, створеного на основі даної інтелектуально-інноваційної технології. Звичайно, не виключається з розгляду і варіант продажу на цьому ринку і самої технології, якщо такі бажані знайдуться. Їх плани на ефективне використання інтелектуального продукту можуть бути різними і, на нашу думку, в меншій мірі хвилюють підприємство, які в цей час є патентовласником.

Представимо більш детальну характеристику характеристичним сферам, які в основному визначають стан і величину комерційного потенціалу інноваційної технології (рис.1).

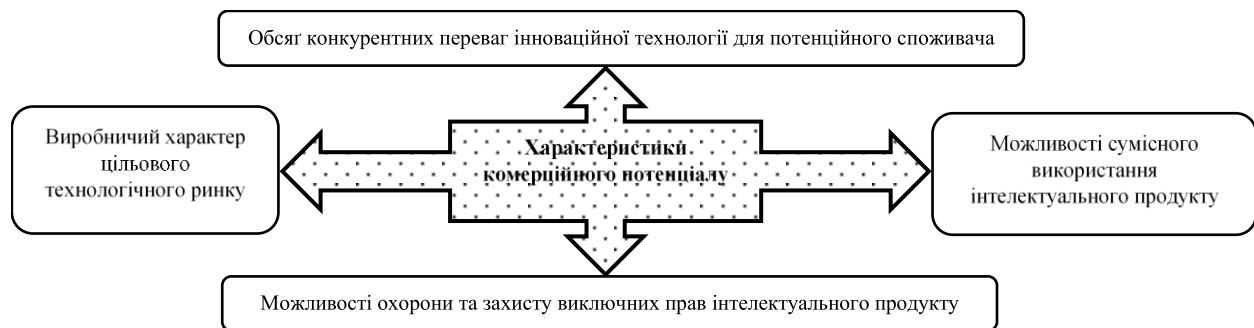


Рисунок 1 – Найбільш важливі характеристичні сфери, що визначають стан комерційного потенціалу інноваційної технології

Джерело: побудовано автором

Виробничий характер цільового технологічного ринку характеризує інноваційну технологію з точки зору можливостей її реалізації на даному ринку. Така реалізація в переважній кількості випадків проходить у вигляді інноваційної продукції підприємства-споживача, створеного на основі даної інтелектуально-інноваційної технології. Звичайно, не виключається з розгляду і варіант продажу на цьому ринку і самої технології, якщо такі бажані знайдуться. Їх плани на ефективне використання інтелектуального продукту можуть бути різними і, на нашу думку, в меншій мірі хвилюють підприємство, які в цей час є патентовласником.

Характер ринку, від чого багато в чому залежить рівень комерційного потенціалу інноваційної технології, багато в чому залежить від спрямованості ринку на промислове використання його продукції (B2B) чи на споживчий сектор (B2C). Крім того, важливе значення має рівень динамічності ринку (характеризується динамікою збільшення обсягів ринку і продаж на ньому), а також наявними можливостями чіткого позиціонування інноваційного продукту (або самої інноваційної технології), тобто наявності на ринку відповідного сегменту, який в певній мірі відповідає характеристикам та особливостям споживання інноваційного продукту.

Обсяг конкурентних переваг інноваційної технології для потенційного споживача

представляється найбільш важливою характеристикою комерційного потенціалу. Вона надає можливості визначати перспективу споживання інтелектуального продукту у споживача, його обсяги і сфери використання. В залежності від сфери призначення і виробничого призначення інтелектуально-інноваційної технології та створеної з її використання інноваційної продукції обсяг існуючих конкурентних переваг вбачається можливим визначати по наступним напрямкам:

- технічні переваги, які відтворено в технічних показниках, які характеризують виконання основної (базової) функції інноваційного продукту чи послуги;

- технологічні переваги, які характеризують можливість інноваційного продукту бути більш технологічним, мати більш зручності при своєму

- виробництві, обслуговуванні, реалізації,

утилізації, забезпеченні ефективності здійснення підприємством виробничо-комерційної діяльності;

- маркетингові переваги, які відтворюють можливості формування нових потреб; виведення потреб з стану латентних на реальний рівень; забезпечувати стратегічний розвиток і реалізацію перспективних планів підприємства-споживача; формувати шокінг-ефект (вау-ефект), який базується на новизні і неочікуваності ринкової пропозиції інноваційного продукту, його вражаючої дії на потенційних споживачів;

- переваги естетичного плану, які включають в себе покращення зовнішнього вигляду продукту, позитивність його сприйняття, підвищення до нього комерційної зацікавленості, формування нових смаків і таке ін.

Такого роду характеристики комерційного потенціалу конкретної інноваційної технології чи створеної на її основі інноваційного продукту можуть бути оцінені відповідними спеціальними показниками.

Для проведення експрес-оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології пропонується до використання система критеріїв, використання яких дозволяють оцінити як комерційний потенціал технології, так і її економічну ефективність. Перелік пропонованих критеріїв та їх оцінка в балах наведена в табл.1.

Таблиця 1 – Система критеріальних показників експрес-оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології (за 10 бальною шкалою)

1. <i>Обсяг конкурентних переваг інноваційної технології для потенційного споживача (наявність переваг перед існуючими технологічними аналогами)</i>	
Назва та характеристика конкурентної переваги	Оцінка переваг
1.1. Техніко-технологічні переваги: - технологічні умови створення (виробництва) інноваційного продукту з використанням даної технології залишилися незмінними - технологічні умови створення (виробництва) інноваційного продукту з використанням даної технології стали простішими - технологічні умови створення (виробництва) інноваційного продукту з використанням даної технології стали значно простішими	0 2 3
1.2. Переваги економічного змісту: - економічні витрати на виробництво та продаж інноваційного продукту з використанням даної технології залишилися незмінними - економічні витрати на виробництво та продаж інноваційного продукту з використанням даної технології стали меншими (до 30%) - економічні витрати на виробництво та продаж інноваційного продукту з використанням даної технології стали суттєво меншими (зменшення перевищує 30% витрат)	0 2 3
1.3. Соціальні переваги: - соціальні переваги відсутні - соціальні переваги мають місце	0 2
1.4. Переваги екологічного змісту (охорона та збереження довкілля): - екологічні показники інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології, відповідають існуючим вимогам - екологічні показники інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології, відповідають всім існуючим вимогам і постійно покращуються	1 2
1.5. Переваги естетичного плану: - зовнішній вигляд інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології, покращився - інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, формує у споживачів нові смаки та позитивні враження	2 4
2. <i>Виробничий характер технологічного ринку (динаміка ринкових змін)</i>	
2.1. Ринок інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології, стабільний, динаміка змін його місткості не спостерігається	0
2.2. Ринок інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології, зростає щорічно до 20 %	3
2.3. Ринок інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології, зростає щорічно від 20 до 50 %	5
2.4. Ринок інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології, зростає щорічно більше 50 %	10
2.5. Технологічний ринок підприємства має цільовий сегмент, який відповідає комерційним характеристикам інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології	7
2.6. На технологічному ринку підприємства відсутній цільовий сегмент, який відповідає комерційним характеристикам інноваційного продукту, створеного з використанням даної технології	0
2.7. Інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, пропонується для сегменту ринку, угоди у якому проводяться між бізнесом та кінцевим споживачем (ринок B2C).	7
2.8. Інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, пропонується для сегменту ринку, де угоди проводяться між об'єктами бізнесу (ринок B2B).	4
2.9. Інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, пропонується для сегменту ринку, який відповідає вимогам і B2B і B2C	10
3. <i>Можливості сумісного використання інтелектуального продукту (технологічна та економічна сумісність)</i>	
3.1. Показники технологічної сумісності: - інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, не потребує суттєвих змін у виробничому процесі - інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, потребує змін в окремих ланках виробничого процесу - інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, потребує повної зміни виробничого процесу	5 2 0
3.2. Показники економічної сумісності: - інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, не потребує додаткових витрат на зміну ринкової інфраструктури - інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, потребує збільшення витрат на ринкове просування до 50% - інноваційний продукт, створеного з використанням даної технології, не потребує суттєвих змін у виробничому процесі 50...100% - інноваційний продукт, створений з використанням даної технології, потребує збільшення витрат на ринкове просування більше 100%	8 4 2 0
4. <i>Можливості охорони та захисту виключних прав інтелектуального продукту</i>	
4.1. Результати правової охорони виключних прав даної технології: - інноваційна технологія, на основі якої створено інноваційний продукт, має достатній рівень правової охорони (патенти, ліцензії, авторські свідоцтва та таке ін.); - на інноваційну технологію, на основі якої створено інноваційний продукт, оформлені документи правової охорони, які знаходяться на розгляді в патентному відомстві країни; - на інноваційну технологію, на основі якої створено інноваційний продукт, відсутні документи правової охорони	2 1 0
4.2. Система захисту від контрафакції та підробки: - наявність технологічного захисту виробництва продукту; - наявність державної системи захисту; - власна система правової охорони підприємства; - комплексний варіант захисту; - елементи захисту від контрафакції відсутні	4 2 2 6 0
4.3. Система захисту від витоку конфіденційної інформації: - спеціально пов'язану з даною інноваційною технологією; - наявність затвердженої та діючої системи охорони; - наявність угоди про нерозголошення конфіденційної інформації; - відсутність будь-якої системи захисту	3 2 1 0

Джерело: розроблено автором з використанням [14; 26; 32]

Оцінювання критеріальних показників експрес-оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології згідно з рекомендаціями, наведеними в табл. 1, здійснюється співробітниками (групою

оцінювачів) підприємства-розробника (патентовласника) інтелектуально-інноваційної технології. Колектив оцінювачів рекомендується формувати з авторів (розробників) технологічного продукту, співробітників технічних, технологічних, економічних та комерційних служб підприємства.

Процедура узгодження оцінок по кожному з критеріальних показників експрес-оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології (табл.1) проводиться по одному з двох можливих сценаріїв:

- на основі особисто-групового обговорення відповідності технологічного продукту вимогам конкретного показника-критерію (форма наукової дискусії) і знаходження спільного рішення на основі консенсусу;

- на основі теорії і практики колективної експертизи з використання широко відомих методів проведення, обробки та використання системи експертних оцінок групи фахівців.

Результати оцінювання колективом оцінювачів підприємства-розробника критеріальних показників експрес-оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології надають підстави для формування інтегрального показника рівня комерційного потенціалу інноваційної технології, який пропонується визначати за сумою балів по кожному з визначених критеріальних показників. Максимальна сума балів, яка може бути отримана інноваційна технологія від оцінювачів по всім критеріальним показникам, складає 56 балів.

**Висновки.** Розроблений підхід дозволяє провести комплексну оцінку та ранжування інноваційних технологій на основі аналізу впливу їх очікуваних результатів на чотири аспекти підприємства: стратегічний, організаційний, навколишній та технологічний. Підхід може бути використаний у наступні ситуації: промислове підприємство обирає нову інноваційну технологію серед кількох альтернатив; підприємство здійснює відбір інноваційних проектів для реалізації зі списку наявних в його портфелі; підприємство проводить пріоритизацію проектів визначення послідовності їх реалізації. Розроблений підхід успішно апробовано на промислових підприємствах Харківського промислового регіону, що дозволило сформулювати практичні рекомендації щодо застосування процедури. Перспективи дослідження полягає в концептуальному розвитку підходу – дослідженні значущості кожного з чотирьох контекстів при оцінці пріоритетності інноваційних технологій та подальше калібрування їх вагових коефіцієнтів значущості у підсумковому балі. Ще одним напрямком дослідження є розробка процедури відбору інноваційних проектів на основі ітерацій застосування розробленого підходу.

#### Список літератури

1. Косенко О.П., Долина І.В., Перерва П.Г. Ранжування інтелектуально-інноваційних технологій за методом функції бажаності // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Сер.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2013. № 67(2). С. 134-144. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vcpitp\\_2013\\_67\(2\)\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vcpitp_2013_67(2)_24).
2. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva, Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
3. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // НТУ «ХПІ» (економічні науки). : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2016. № 28 (1200). С. 26-30.
4. Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 4. С. 11-19.
5. 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.
6. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. № 45 (1266). С.51-55.
7. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
8. 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.
9. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Х.: НТУ „ХПІ”. 2018. № 37(1313). С. 27-32 .
10. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* . : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2016. № 28 (1200). С. 70-74.
11. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna*. № 5.
12. Kosenko A., Pererva P. (2015) The rank estimate of the commercial potential of intellectual technologies // *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky / Ed. Dr. h.c. M.Varchola. Kosice (Slovakia)*. Volume 3, №.3. P.83-91.
13. Besprozvanykh O., Pererva P., Tiutlikova V., Kovalova V., Kudina O., Dorokhov O. (2019). Improvement of the Method for Selecting Innovation Projects on the Platform of Innovative Supermarket // *TEM Journal*, 8(2), pp. 454-461. URL: DOI: 10.18421/TEM82-19
14. Pererva, P., Hutsan, O., Kobieliev, V., Kosenko, A., Kuchynskiy, V. (2018). Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises // *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), pp. 124-132. URL: DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)
15. Kuchynskiy, V., Pererva, P., Kobielieva, T., Garmash, S., Danko, T. (2021). Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics*, 39 (5). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.5111>
16. Kobielieva T., Tkachova N., Pererva P., Tkachov M., Diachenko T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach // *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
17. Kuchynskiy, V., Pererva, P., Kobielieva, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
18. Nazarenko S., Pererva P., Maistro R., Danko T., Doronina M., Sokolova L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.245251>
19. Pererva P., Usov M., Chernobrovkina S., Larka L., Rudyka V. (2021). Methods for Assessing the Investment Attractiveness of Innovative Projects. *Studies of Applied Economics*, 39 (6). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i6.5167>
20. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. 2011. № 4 (60). С. 116-120.
21. Kosenko A., Pererva P. (2014) Technological Market Conjuncture: Risk Assessment Commercialization of Intellectual Property // *Club Economics in Mishkolc: Theory, Methodology, Practice*.

- International Advisory Board: University of Mishkolc Faculty of Ekonomiks. Volume 10. №1. P.55-62.
22. Kobieliava 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. C.79-86.
  23. Tkachev M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.
  24. Financial and technological leverage in the system of economic evaluation of innovative technologies (2017) / P.G.Pererva [et al.] // *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice 2(23)*. 405-413. DOI:10.18371/fcapter.v2i23.121920
  25. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliav V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds* / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
  26. Kobieliava 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.
  27. 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.
  28. Tkachov M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8). P. 27-35.
  29. Tovazhnyanskiy V., Kobeleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Volume 7.- Numer 2. Miskolc Press. S. 171-183.
  30. Poberezhnyi R., Pererva P. (2016) Bridging the gap between the banking sector and SMEs in Ukraine the use of the European experience // *Entrepreneurship Erziehung und Gründungsberatung* / Editor of the monograph prof. R.Fortmüller. Vienna: University of Economics and Business, MANZ Verlag. p.267-282.
  31. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2017) Compliance program of an industrial enterprise: the essence and content // *Balance and Challenges. X. International scientific conference*. Miskolc-Lillafured: University of Miskolc. P.87-93.
  32. Maslak M., Poberezhnyi R., Pererva P. (2017) Current state and prospects of development of the tractors market in Ukraine // *Balance and Challenges. X International scientific conference. Oktober 17-18*. Miskolc-Lillafured: University of Miskolc, 2017. P.94-99.
  33. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // *9-th international scientific conference "Balance and Challenges"*. Miskolc-Lillafured. 2015.- S. 113-124.
  34. Schimpf K., Pererva P., Gladenko I. (2010) Monitoring of Efficiency of Innovative Activity of Industrial Enterprise // *"Club of Economics in Miskolc" TMP*. Miskolc: Miskolc Press. Number 2. Volume 6. P. 63-68.
  35. Pererva P., Gutsan O., Diachenko T. (2017) Motivation of personnel on machine-building enterprise // *Balance and Challenges. X International scientific conference. Miskolc-Lillafured: University of Miskolc*, 2017. P.100-106.
- References (transliterated)**
1. Kosenko O.P., Dolyna I.V., Pererva P.G. Ranzhuvannya intelektualno-innovatsiynnykh tekhnolohiy za metodom funktsiyi bazhanosti [Ranking of intellectual and innovative technologies by the desirability function method] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI»*. Ser.: *Tekhnichnyy prohres ta efektyvnist vyrobnytstva* [Bulletin of the National Technical University "KhPI". Avg.: Technical progress and production efficiency]. 2013. no 67(2).
  2. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
  3. Kobyelyeva T.O., Pererva P.G. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky): zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute": Sb. sciences Ave]. Kharkiv.: NTU «KhPI», 2016. no 28 (1200). pp. 26-30.
  4. 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 menedzhment innovatsiy* [Marketing and innovation management]. 2015. no 4. pp. 11-19.
  5. Kravchuk A.V., Pererva P.G. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky): zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute": Sb. sciences Ave]. Kharkiv: NTU "KhPI", 2018. no 15 (1291). pp. 137-143.
  6. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiynni zasady innovatsiynoyi ta investytsiynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of NTU "KhPI" (Economic Sciences)]: *zb. nauk. pr.* Kharkiv: NTU "KhPI", 2017. no 45 (1266). pp.51-55.
  7. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. Kiev: Znannya, 2009. 1070 p.
  8. 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.* [Bulletin of NTU "KhPI" (economic sciences): Coll. of science Ave], Kharkiv: NTU "KhPI" 2018. no 15 (1291). pp. 53-63.
  9. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinnska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of NTU "KhPI" (economic sciences): Coll. of science Ave], Kharkiv: NTU „KhPI”. 2018. no 37(1313). pp. 27-32.
  10. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky): zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute": Sb. sciences Ave] – Kharkiv: NTU «KhPI», 2016. – no 28 (1200). – pp. 70-74.
  11. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna* no 5.
  12. Kosenko A., Pererva P. (2015) The rank estimate of the commercial potential of intellectual technologies // *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky / Ed. Dr. h.c. M.Varchola. Kosice (Slovakia)*. Volume 3, №3. pp.83-91.
  13. Besprozvannykh O., Pererva P., Tiutlikova V., Kovalova V., Kudina O., Dorokhov O. (2019). Improvement of the Method for Selecting Innovation Projects on the Platform of Innovative Supermarket. *TEM Journal*, 8(2), pp. 454-461. URL: DOI: 10.18421/TEM82-19
  14. Pererva, P., Hutsan, O., Kobieliava, V., Kosenko, A., Kuchynskiy, V. (2018). Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), pp. 124-132. URL: DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)
  15. Kuchynskiy, V., Pererva, P., Kobieliava, T., Garmash, S., Danko, T. (2021). Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety. *Studies of Applied Economics*, 39 (5). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.5111>
  16. Kobieliava T., Tkachova N., Pererva P., Tkachov M., Diachenko T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
  17. Kuchynskiy, V., Pererva, P., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
  18. Nazarenko S., Pererva P., Maistro R., Danko T., Doronina M., Sokolova L. (2021). The formation of economic and marketing prospects for the development of the market of information services. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6 (13 (114)), 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.245251>
  19. Pererva P., Usov M., Chernobrovkina S., Larka L., Rudyka V. (2021). Methods for Assessing the Investment Attractiveness of Innovative Projects. *Studies of Applied Economics*, 39 (6). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i6.5167>

20. Tkachova NP, Pererva P.G. Rozvytok metodiv analizu faktychnoho stanu konkurentnykh perevah pidpryyemstva [Development of methods of analysis of the actual state of competitive advantages of the enterprise] // *Economics of development*. [Development economics] 2011. no 4 (60). pp. 116-120.
21. Kosenko A., Pererva P. (2014) Technological Market Conjuncture: Risk Assessment Commercialization of Intellectual Property // *Club Economics in Mishkolc: Theory, Methodology, Practice*. International Advisory Board: University of Mishkolc Faculty of Ekonomiks. Volume 10. no 1. pp.55-62.
22. Kobieliava 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*. no 3. C.79-86.
23. Tkachev M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. no 4 (8), ч. 2. pp. 240-246.
24. Financial and technological leverage in the system of economic evaluation of innovative technologies (2017) / P.G.Pererva [et al.] // *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice* 2(23). 405-413. DOI:10.18371/fcapter.v2i23.121920
25. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliav V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds* / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. pp.285-295.
26. Kobieliava 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*. no 4. pp.67-74.
27. 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.
28. Tkachov M.M., Kobieliava T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. no 4 (8). pp. 27-35.
29. Tovazhnyanskiy V., Kobeleva T., Gladenko I., Pererva P. (2010) Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Volume 7.- Numer 2. Miskolz Press. pp. 171-183.
30. Poberezhnyi R., Pererva P. (2016) Bridging the gap between the banking sector and SMEs in Ukraine the use of the European experience // *Entrepreneurship Erziehung und Gründungsberatung* / Editor of the monograph prof. R.Fortmüller. Vienna : University of Economics and Business, MANZ Verlag. pp.267-282.
31. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2017) Compliance program of an industrial enterprise: the essence and content // *Balance and Challenges*. X. International scientific conference. Miskolc-Lillafured: University of Miskolc. pp.87-93.
32. Maslak M., Poberezhnyi R., Pererva P. (2017) Current state and prospects of development of the tractors market in Ukraine // *Balance and Challenges*. X International scientific conference. Oktober 17-18. Miskolc-Lillafured : University of Miskolc, 2017. pp.94-99.
33. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // 9-th international scientific conference "Balance and Challenges". Miskolc-Lillafured. 2015.- pp. 113-124.
34. Schimpf K., Pererva P., Gladenko I. (2010) Monitoring of Efficiency of Innovative Activity of Industrial Enterprise // "Club of Economics in Miskolc" TMP. Miskolc : Miskolz Press. Number 2. Volume 6. pp. 63-68.
35. Pererva P., Gutsan O., Diachenko T. (2017) Motivation of personnel on machine-building enterprise // *Balance and Challenges*. X International scientific conference. Miskolc-Lillafured : University of Miskolc, 2017. pp.100-106.

*Надійшла (received) 15.02.2024*

#### *Відомості про авторів / About the Authors*

***Кобелева Анна Валеріївна (Kobieliava Anna)*** – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», аспірант кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-2863-3809; e-mail: anna.kobieliava@emmb.khpi.edu.ua