

УДК 339.38:330.341.1](0.064)

M27

*Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту економіки промисловості НАН України
(протокол №12 від 4 грудня 2020 р.)*

Рецензенти:

В. В. Божкова — доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка;

Д. В. Райко — доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

M27 Маркетингове тестування ринкових перспектив товарних інновацій: монографія / за заг. ред. Є. І. Нагорного. – Суми : Триторія, 2020. — 372 с.

ISBN 978–966–97985–5–8

Монографію присвячено розробці методологічних та теоретико-методичних засад маркетингового тестування ринкових перспектив товарних інновацій. Розкрито основні проблеми і перспективи підвищення результативності інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств у напрямку створення товарних інновацій. Доведено необхідність застосування процедури маркетингового тестування товарних інновацій, визначено місце даної процедури на етапах інноваційного циклу та основні проблеми, що вона вирішує в практичній діяльності. Запропоновано інструментальне забезпечення за допомогою яких виконується процедура маркетингового тестування для оцінювання ринкових перспектив товарних інновацій. Розкриті питання управління інноваційним розвитком підприємства, трансферу та комерціалізації технологій і інноваційної продукції, координації інноваційних мереж у високотехнологічних секторах.

Для фахівців у галузі інноваційного менеджменту та маркетингу інновацій. Буде корисною для викладачів, аспірантів і студентів економічних та технічних спеціальностей закладів вищої освіти, а також широкого кола читачів, яких цікавлять проблеми управління інноваційною діяльністю.

УДК 339.38:330.341.1](0.064)

M27

ISBN 978–966–97985–5–8

Колектив авторів, 2020 р. ©
ТОВ «Триторія», 2020 р. ©

ЗМІСТ

ВСТУП	5
-------------	---

Розділ 1. Проблеми і перспективи підвищення результативності інноваційної діяльності вітчизняної економіки

1.1 Інноваційність як передумова розвитку різних сфер людської діяльності в умовах світових трансформацій	11
1.2 Проектні аспекти управління радикальними трансформаціями бізнес-процесів підприємств як складова підвищення ефективності інноваційної діяльності в умовах глобалізації	25
1.3 Підходи до формування стратегії інвестування в контексті розвитку національної інноваційної системи України	37
1.4 Трансфер та комерціалізація інноваційних технологій	54
1.5 До питання координації інноваційних мереж у високотехнологічних секторах	66
Бібліографічний список до 1 розділу	76

Розділ 2. Управління інноваційним розвитком підприємства в контексті створення ринково успішних товарних інновацій

2.1 Передумови успіху стратегій інноваційного розвитку	81
2.2 Конкурентні переваги та інновації в продуктах: ключовий успіх ефективності маркетингу	89
2.3 Маркетингове обґрунтування виведення на ринок фортифікованого харчового продукту	104
2.4 Децентралізації та створення об'єднаних територіальних громад у Полтавській області як складові успіху інноваційної діяльності	117
2.5 Оцінювання інтелектуальної власності як складова успіху інноваційної діяльності	134
Бібліографічний список до 2 розділу	148

Розділ 3. Оцінка та діагностика інноваційної діяльності підприємства для створення ринково успішних товарних інновацій

3.1 Комплексна діагностика інноваційної діяльності підприємства	155
3.2 Комплексна оцінка інноваційного товару промислового призначення на окремих стадіях його життєвого циклу	169

3.3 Розвиток методів оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу компаній	176
3.4 Формування критеріальної бази оцінки і відбору інновацій	194
3.5 Методичні засади діагностики споживчого капіталу для оцінювання ринкових перспектив товарних інновацій	204
Бібліографічний список до 3 розділу	215
Розділ 4. Інструментальне забезпечення маркетингового тестування ринкових перспектив товарних інновацій на етапах інноваційного циклу	
4.1 Формування системи інформаційного забезпечення маркетингових інноваційних рішень на українських підприємствах	225
4.2 Аналіз теоретико-методичних підходів до інструментального наповнення процедури маркетингового тестування для оцінювання ринкових перспектив товарних інновацій на етапах інноваційного циклу їх розроблення	236
4.3 Методичний підхід до маркетингового тестування та оцінювання ринкових перспектив товарних інновацій на етапах інноваційного циклу їх розроблення	250
4.4 Науково-методичний підхід до аналізу результатів маркетингового тестування з оцінки ринкових перспектив товарних інновацій	295
Бібліографічний список до 4 розділу	308
Розділ 5. Інноваційні аспекти маркетингу та менеджменту	
5.1 Лідери думок у системі маркетингу впливу каналів просування: теоретичні аспекти	312
5.2 Маркетинг інновацій харчових продуктів функціонального призначення	321
5.3 Інноваційні аспекти становлення та розвитку аутсорсингу на підприємствах аграрного бізнесу	337
5.4 Концепція взаємодії транспортно-логістичного кластеру та регіональної інноваційної екосистеми (на прикладі Слобожанського економічного району та «Поділля»)	347
Бібліографічний список до 5 розділу	364
ПІСЛЯМОВА	371

Вступ

Сучасні світові економічні тенденції всіляко демонструють об'єктивну необхідність в інноваційному розвитку підприємства. Створення та комерціалізація товарних інновацій якраз і є тією передумовою, що дозволить промисловому підприємству не тільки вижити на ринку, а й мати стабільне зростання і розвиток в довгостроковій перспективі. Однак, загальновідомо, що далеко не кожна товарна інновація, яка пройде через всі етапи інноваційного циклу, матиме ринковий успіх. Тут ключову роль відіграють процедури перевірки, оцінки і відбору найкращих товарних інновацій, що виконуються в рамках маркетингового тестування для оцінювання їх ринкових перспектив. А тому, розроблення відповідного інструментального наповнення до проведення процедури маркетингового тестування представляє неабиякий інтерес.

Маркетингове тестування є вкрай необхідним для вітчизняної практики оскільки підвищує оперативність й точність аналізу та оцінки ринкових перспектив товарних інновацій, дозволяє оцінити їх шанси на успіх, обґрунтувати доцільність чи недоцільність подальших робіт над їх створенням та комерціалізацією.

З цих позицій колективом авторів, що включає працівників різних закладів вищої освіти та наукових установ України, а також представників бізнесу, виконано комплекс теоретичних і прикладних досліджень, що у сукупності поглиблюють теоретико-методологічні та методичні засади маркетингового тестування товарних інновацій для оцінювання їх ринкових перспектив. Автори проекту мають високий рівень підготовки в галузі економіки інноваційного розвитку, маркетингу та менеджменту, необхідний для вирішення поставлених завдань, що підтверджується

використанням сучасних загальнонаукових та спеціальних методів наукового дослідження.

У колективній монографії представлено праці як відомих, так і молодих науковців, що дозволило всебічно розкрити проблематику розроблення та удосконалення інструментів і методів маркетингового тестування товарних інновацій, їх ефективного використання у практичній діяльності підприємств та установ.

Мета написання даної книги – ознайомити колег-науковців, а також інших зацікавлених осіб з отриманими науковими результатами, показати необхідність подальшої розробки проблеми забезпечення ефективного управління інноваційним розвитком, окреслити напрями подальших наукових досліджень.

Отримані наукові результати є корисними для вітчизняних суб'єктів господарювання оскільки можуть бути використані в практиці стратегічного управління інноваційною діяльністю зі створення та комерціалізації ринково успішних товарних інновацій за допомогою впровадження процедури маркетингового тестування.

Колектив авторів склали:

Нагорний Є.І., к.е.н., провідний науковий співробітник науково-дослідного сектору Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка, науковий редактор (вступ, п.3.4, 3.5, 4.2, 4.3, 4.4, післямова);

Біловодська О.А., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну; провідний науковий співробітник науково-дослідної частини Сумського державного університету (п.5.1);

Грінько А.П., д.е.н., професор, декан факультету менеджменту Харківського державного університету харчування та торгівлі (п.2.3);

- Жегус О.В., д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі (п.5.2);
- Ілляшенко С.М., д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; доктор хабілітований, професор, професор Вищої економіко-гуманітарної школи (WSEH), м. Бельсько-Бяла, Польща (п.2.1);
- Ілляшенко Н.С., д.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (п.2.1);
- Коверга С.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» (п.1.3);
- Кулик В.А., д.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавської державної аграрної академії (п.2.4);
- Ляшенко В.І., д.е.н., професор, завідувач відділом проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва Інституту економіки промисловості НАН України (м. Київ) (п.5.4);
- Осадча Н.В., д.е.н., доцент, провідний науковий співробітник відділу проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва Інституту економіки промисловості НАН України (м. Київ) (п.5.4);
- Резнік Н.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту імені професора Й.С. Завадського Національного університету біоресурсів і природокористування України (п.2.2);
- Савицька Н.Л., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі (п.2.3);

- Таранюк Л.М., д.е.н., професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин ННІ бізнес-технологій «УАБС» Сумського державного університету (п.1.2);
- Телетов О.С., д.е.н., професор, професор кафедри публічного управління та адміністрування Сумського національного аграрного університету (п.1.1);
- Храпкіна В.В., д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» (п.1.3);
- Шипуліна Ю.С., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (п.2.1);
- Артеменко А.В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (п.2.4);
- Артюх-Пасюта О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування Полтавського інституту економіки і права (п.3.1);
- Білошкурська Н.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету ім. Павла Тичини (п. 2.5);
- Білошкурський М.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету ім. Павла Тичини (п. 2.5);
- Будякова О.Ю., к.е.н., старший викладач кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету технологій та дизайну (п.1.4);
- Грищенко О.Ф., к.е.н., доцент, науковий співробітник науково-дослідного сектору Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка (п.4.1);
- Дзюба М.О., к.е.н., доцент, докторант, доцент кафедри обліку і аудиту ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» (п.5.3);

- Карпенко Є.А., к.е.н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (п.2.4);
- Любимов М.О., к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та аудиту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (п.2.4);
- Омельяненко В.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка (п.1.5);
- Серік М.Л., к.е.н., доцент, директор Навчально-наукового інституту харчових технологій та бізнесу Харківського державного університету харчування та торгівлі (п.2.3);
- Слободяник А.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. професора Й.С.Завадського Національного університету біоресурсів і природокористування України (п.2.2);
- Таранюк К.В., к.е.н., старший викладач кафедри управління ННІ ФЕМ ім. Олега Балацького Сумського державного університету (п.1.2);
- Телетова С.Г., к.філол.н., доцент, доцент кафедри російської мови, зарубіжної літератури та методики їх викладання Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка (п.1.1);
- Трушкіна Н.В., к.е.н., старший науковий співробітник відділу проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва Інституту економіки промисловості НАН України (м. Київ) (п.5.4);
- Упатова О.І., к.т.н., доцент кафедри хімії, мікробіології та гігієни харчування Харківського державного університету харчування та торгівлі (п. 5.2);
- Березова С.М., молодший науковий співробітник науково-дослідного сектору Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка (п.4.2);
- Кулик Д.І., студентка магістратури Київського національного університету технологій та дизайну (п.5.1);

Лях А.Б., студентка магістратури Харківського державного університету харчування та торгівлі (п. 5.2);

Мартиненко А.В., аспірант кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (п.3.2);

Шаповал В.Ю., студент ННІ бізнес-технологій «УАБС» Сумського державного університету (п.1.2);

Шахова С.В., аспірант Сумського державного університету (п.1.2);

Чан Сі Цо, аспірант кафедри економіки підприємства Київського національного університету ім. Тараса Шевченка (п.3.3).

Публікація містить результати досліджень, проведених за держбюджетною науковою темою «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій» (№ ДР 0119U100179).

необ'єднаних територіальних громадах і не може використовувати переваги децентралізації та сприятиме успіху інноваційної діяльності громади в майбутньому.

2.5 Оцінювання інтелектуальної власності як складова успіху інноваційної діяльності

В основі інноваційної діяльності, що пов'язана у першу чергу з упровадженням у виробництво нових продуктів, методів, ідей, технологій, методів управління, конструкцій, промислових зразків тощо, що є інтелектуальною власністю конкретних осіб. Тому основою інновацій завжди буде інтелектуальна власність, а її оцінювання і захист – важливі складові успіху інноваційної діяльності.

Серед останніх праць зарубіжних дослідників, присвячених проблемам оцінки і захисту інтелектуальної власності, слід відзначити таких, як Б. Дасслер, А. Крук, Б. Зангл (2019) [44], А. Лінк та ван Хасселт (2020) [45], П. Ма (2020) [46] та ін. В Україні проблеми оцінки та захисту інтелектуальної власності в контексті інноваційної діяльності досліджували М. Ковальова (2019) [47], І. Кравець (2019) [48], Л. Кузьменко (2019) [49], та ін.

Інтелектуальна власність у широкому розумінні означає закріплені законом права на результати інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній галузях. Інтелектуальна діяльність як творча діяльність – це цілеспрямована розумова робота людини, результатом якої є щось якісно нове, що відрізняється неповторністю, оригінальністю, унікальністю [50].

Деякі аспекти теорії інтелектуального капіталу були розглянуті ще представниками класичної школи політекономії, які вважали, що знання людини є особливим капіталом, що, як і фізичний капітал, формує багатство країни. В основу марксистської теорії покладалася ідея про

визначальну роль сфери матеріального виробництва в розвитку науки, що применшує роль інтелектуального чинника соціально-економічного розвитку. Представники неокласичної школи аналізували, як «розумовий капітал» впливає на економічне життя суспільства. А. Маршал визначав особисте багатство людини, яке охоплює її сили, здібності та навички, що безпосередньо слугують забезпеченню виробничої ефективності. Якщо людина застосовує нагромаджений актив освіти в господарській діяльності, тоді здобуті знання і вміння перетворюються на інтелектуальний капітал. Ж.-Б. Сей вперше виокремив підприємницький хист як особливий чинник виробництва, який дає змогу отримати додатковий прибуток. Й. Шумпетер називав підприємцями господарських суб'єктів, функцією яких є виконання нових комбінацій (інновацій), яактивного елемента. М. Туган-Барановський довів, що нововведення зумовлюють циклічні коливання, тому інтелектуальний чинник детермінує економічний розвиток.

Новий етап розвитку теорії інтелектуального капіталу можна пов'язати з виникненням концепцій, які характеризують майбутній розвиток цивілізації. Зокрема, у середині XX ст. представники нового інституціонального напрямку (Д. Белл, Дж. К. Гелбрейт, У. Ростоу) розробили концептуальні основи теорії постіндустріального суспільства. Особливу увагу вчені зосереджували на технологічних аспектах виробництва, розподілу та обміну. На початку 60-х років XX ст. завдяки працям Ф. Махлупа, Т. Умесао, Й. Масуди сформувалася концепція інформаційного суспільства. Учені розглядали інформацію і знання як вагомий стратегічний актив будь-якого підприємства, джерело соціально-економічного прогресу. Суттєво збагатила теорію інтелектуального капіталу концепція людського капіталу, яка сформувалася у 60-х роках XX ст. завдяки працям Т. Шульца і Г. Беккера. Вчені довели, що інвестування в освіту забезпечують здобуття індивідами нових знань, вмінь і навичок, які в майбутньому впливають на їхню продуктивність

праці, а тому впливають на зростання їхніх доходів. Існують різні підходи до оцінювання інтелектуального капіталу як на мікро-, так і на макрорівнях.

В умовах транзитивності національної економіки різко змінилося ставлення до інтелектуального капіталу загалом і до інтелектуальної власності зокрема. Слід зазначити, що за часів командно-адміністративної економіки в Україні був відсутній ринок інтелектуальної власності. Оцінювання інтелектуальних продуктів здебільшого зводилося до визначення економічної ефективності об'єктів інтелектуальної власності. Його проводили з метою купівлі чи продажу ліцензій за кордоном. Розрахунки охоплювали тільки окремі види об'єктів інтелектуальної власності, переважно ті, що стосувалися патентів і ліцензій на винаходи і ноу-хау. Окрім цього, якщо за часів СРСР виняткове право на об'єкти інтелектуальної власності належало державі, то за часів незалежності України вони стали належати, згідно з Конституцією України, їхнім творцям чи авторам.

Зважаючи на поширення приватизаційних процесів в економіці України, купівлю і продаж підприємств, створення спільних підприємств, інвестування в інноваційні об'єкти тощо, актуальною стала проблема оцінювання та захисту інтелектуального капіталу. Виникла нагальна потреба вартісного оцінювання прав на об'єкти інтелектуальної власності (винаходи, товарні знаки, промислові зразки та ін.) з огляду на внесення їх у статутний фонд новостворених підприємств для визначення розміру винагороди їхнім творцям чи авторам, а також особам, які їх впроваджують. Щодо об'єктів науково-технічної сфери, то їх приватизація охоплювала як об'єкти інтелектуальної власності, так і нематеріальні активи, які використовувалися в господарській діяльності з метою одержання прибутку.

Формування національного ринку інтелектуальної власності вимагає оцінювання прав на об'єкти інтелектуальної власності. Його потреба зумовлена ще й тим, що з 2001 року Україна перейшла на міжнародну систему бухгалтерського

обліку. У Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» зазначено, що права на знаки для товарів і послуг, права на об'єкти промислової власності, авторські і суміжні права, а також гудвіл – це нематеріальні активи, які підлягають оцінюванню і внесенню у бухгалтерський облік. Вартість нематеріальних активів підприємства чи фірми залежить від галузі виробництва і в окремих випадках може досягати 30–50% від вартості основних фондів [51].

Відповідно до чинного законодавства до об'єктів оцінки прав інтелектуальної власності відносять: права промислової власності, які охороняються патентами та свідоцтвами; права ноу-хау, які підтверджено документами підприємства (організації); права, які охороняються ліцензійними, авторськими чи іншими договорами на придбання об'єктів інтелектуальної власності, укладеними в порядку, визначеному чинним законодавством; об'єкти авторського права і суміжних прав; конструкторська, технологічна, проектна, економічна, юридична, інша документація, призначена для використання у виробництві та реалізації товарів та послуг; інші результати науково-дослідних, дослідно-конструкторських, проектних і виробничих робіт.

Оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності передбачає:

1) забезпечення розрахунків вартості різних видів об'єктів інтелектуальної власності, які надходять на український та міжнародний ринки інтелектуальної власності у вигляді товарів чи використовуються господарюючими суб'єктами у різноманітних економічних ситуаціях;

2) необхідність системного підходу до оцінювання об'єктів інтелектуальної власності та умов їх використання з врахуванням принципів і специфіки ціноутворення [52].

Вартість прав на об'єкти інтелектуальної власності оцінюють на підставі письмового договору між оцінювачем і замовником або за рішенням суду. Здійснюється обстеження матеріальних носіїв, що містять інформацію про об'єкти

інтелектуальної власності (відповідну документацію, схеми, дискети та інші матеріальні носії). Ідентифікація прав на об'єкти інтелектуальної власності передбачає перевірку документів, що підтверджують законність майнових прав, зокрема:

- охоронні документи (патенти, свідоцтва);
- ліцензійні договори на передачу права на використання об'єктів інтелектуальної власності (патентні та безпатентні ліцензії);
- договори про відчуження прав;
- установчі договори про передачу майнових прав до статутних капіталів підприємств;
- договори замовлення (фінансування) на створення об'єктів інтелектуальної власності сторонніми організаціями із закріпленням за підприємством прав на нього;
- замовлення на створення об'єктів інтелектуальної власності на підприємстві у порядку службового завдання, контракти або авторські договори між підприємством і розробниками об'єктів інтелектуальної власності;
- акти прийому-передачі за безоплатної передачі прав на об'єкти інтелектуальної власності;
- рішення органів державної влади, ухвалені щодо об'єктів інтелектуальної власності у разі реорганізації, банкрутства, приватизації підприємства тощо [53].

Оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності ґрунтується також на технічних, споживчих, експлуатаційних, екологічних та економічних показниках продукту, що виготовлений за допомогою об'єктів інтелектуальної власності.

Зауважимо, що сьогодні є значна кількість наукових досліджень, в яких розроблені різні методики і рекомендації для оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності і нематеріальні активи, створені на їх основі. Переважно вони дають змогу виявити непрямий вплив інтелектуальної власності на кінцевий продукт. З огляду на це в науковій літературі акцентується увага на відсутності

системного аналізу більшості даних, які б дали змогу здійснити необхідний комплекс робіт щодо оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Дослідження процесу перетворення об'єктів інтелектуальної власності в товар дало змогу виокремити низку властивих їм характеристик і ознак. Для їх опису використовували такі економічні терміни, як «ціна», «витрати», «ринкова вартість», «ефективність», «собівартість» тощо [54]. На основі їх, нами розроблена схему порівняльної характеристики основних методів оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності (рис. 2.11).

На рис. 2.11 наведено основні методики, які застосовують для оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності, зокрема:

1) витратний (інвестиційний) метод, який базується на врахуванні усіх витрат, які виникають у процесі створення, придбання та використання об'єктів інтелектуальної власності;

2) аналоговий метод, який передбачає порівняння ринкової вартості близьких за ефективністю вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності і враховує відповідні статистичні дані про ціни на аналогічну продукцію, якщо такі наявні;

3) метод за доходом (фінансовий), що ґрунтується на майбутній прибутковості інтелектуального продукту з врахуванням функціональних властивостей об'єктів інтелектуальної власності.

Кожен із зазначених методів має свої переваги та недоліки. Зважаючи на це, єдиної загальноновизнаної методики на сьогодні назвати неможливо. Обчислена ціна інтелектуального продукту за однією з них може слугувати лише основою для визначення його кінцевої ціни. Проте, їх широко використовують для оцінювання нерухомого майна за кордоном, їх враховували під час розроблення вітчизняного законодавства щодо оцінювання нерухомості в Україні. З огляду на це слід ґрунтовніше проаналізувати кожен метод.

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Затратний (інвестиційний) метод: метод фактичних затрат; метод планових затрат; метод вартості	Аналоговий метод: метод порівняльних продажів; метод ринку інтелектуальної власності; метод експертних оцінок	Метод за доходом (фінансовий): метод економічного ефекту; метод роялті; метод дисконтування; метод капіталізації; метод комерційної ваги;
<u>Переваги:</u> можливість використання бухгалтерської звітності; точність у розрахунку ціни; реальне оцінювання витрат <u>Недоліки:</u> не враховує прибуток від комерціалізації; не відображає успіх на ринку <u>Приклади застосування:</u> програмне забезпечення; корпоративна методика та ін.	<u>Переваги:</u> враховує кон'юнктуру ринку; відображає відносини між покупцями та продавцями <u>Недоліки:</u> складність в отриманні необхідної інформації; не враховує майбутні вигоди <u>Приклади застосування:</u> виробниче програмне забезпечення; франчайзингові права та ін.	<u>Переваги:</u> враховує майбутні доходи; відображає внесок інтелектуальної власності у капітал підприємства <u>Недоліки:</u> складність прогнозування вигод; суб'єктивізм <u>Приклади застосування:</u> патенти і технології; авторські права; торговельні марки та ін.

Рисунок 2.11. Методи оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності

Витратний метод ґрунтується на припущенні, що покупець, володіючи необхідною інформацією, не заплатить за відповідний товар більше, ніж вартість аналогічного об'єкта в складі нематеріальних активів, який має ту ж корисність.

Витратний метод здебільшого застосовують для оцінювання нематеріальних активів, що не беруть участь у формуванні майбутніх доходів, які мають переважно соціальне значення або використовуються у програмах оборони чи безпеки національної економіки (космічна галузь, ядерна енергетика тощо). Для застосування цього методу необхідно, по-перше, брати до уваги всі фактичні витрати, пов'язані зі створенням, придбанням чи введенням в дію об'єктів інтелектуальної власності. По-друге, скоригувати витрати на величину індексу цін, які наявні на момент проведення оцінювання. По-третє, визначити величину амортизації об'єктів інтелектуальної власності. І останнє – обчислити різницю між скоригованою величиною витрат і нарахованою амортизацією, внаслідок чого отримаємо вартість об'єктів інтелектуальної власності. Чим більше у підрахунку враховано затрат, тим точнішим є результат оцінювання.

Перевагами цього методу є можливість використовувати бухгалтерську звітність, що забезпечує точність і об'єктивність розрахунку ціни об'єктів інтелектуальної власності, а також нормативно-правова урегульованість. Недолік затратного методу – неможливість врахувати прибуток від комерціалізації, а також неможливість відобразити успіхи підприємства на ринку, яке використовує об'єкти інтелектуальної власності.

Аналоговий метод оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності ґрунтується на порівняльному аналізі продажів. Незважаючи на простоту аналізу, використання цього підходу пов'язане з певними труднощами. Передусім це зумовлено індивідуальними особливостями об'єктів інтелектуальної власності, різноманітністю шляхів їх комерціалізації, а також конфіденційністю укладених комерційних угод. Зважаючи на це, переважно використовують такі способи застосування даного методу. По-перше, на підставі систематизації інформації щодо умов укладення ліцензійних угод на передачу прав на ці об'єкти на світовому та вітчизняному ринках за галузевим принципом

формується база даних. На її підставі визначають параметри, які використовують для порівняння комерціалізованих об'єктів інтелектуальної власності з їхніми аналогами, що слугують базою для визначення їхньої ціни. По-друге, цей метод можна застосовувати для визначення ринкової ціни товарів, які виробляють з використанням об'єктів інтелектуальної власності. Порівняння здійснюють на підставі аналізу і зіставлення комерційних умов і технічного рівня об'єктів інтелектуальної власності, які оцінюються, з існуючими аналогами.

Застосування аналогового методу дає змогу визначити такі економічні показники, як ринкова вартість та ліквідаційна вартість. Проте, як і в попередньому випадку, цей метод має певні переваги (зважає на кон'юнктуру ринку, відображає відносини між покупцями та продавцями) і недоліки (складність в отриманні інформації, неврахування майбутніх вигод).

Метод за доходом (фінансовий) базується на визнанні того, що суб'єкти господарювання вкладатимуть кошти в придбання того чи іншого об'єкта інтелектуальної власності тільки в тому випадку, коли дохід, який вони отримують, перевищуватиме дохід, який би вони отримували будь-яким іншим способом. У цьому випадку визначається теперішня вартість досліджуваного об'єкта на майбутні періоди його відтворення.

Використання методики оцінювання за доходом дає змогу визначати частку участі кожного об'єкта інтелектуальної власності в загальному прибутку підприємства. Для реалізації цього завдання застосовують різні методи, головними з яких є методи дисконтування та капіталізації.

Оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності за фінансовим методом ґрунтується на математичному апараті, розробленому Дж. Фрідманом і Н. Ордуєєм [55]. Однак його застосування вимагає уточнення: вартість об'єкта інтелектуальної власності ототожнюється з капіталом, який, внаслідок використання цього активу, спроможний створювати надлишкову додаткову вартість.

Обернене формулювання дає змогу визначити в грошовому еквіваленті вартість прав на об'єкти інтелектуальної власності за відомим додатковим прибутком. Для реалізації цього завдання розглянемо насамперед метод дисконтування, який враховує, що вартість сьогоднішніх грошей у майбутньому має властивість зменшуватися.

Поточну вартість нематеріального активу визначають як відношення сумарних грошових потоків майбутніх періодів (прибутків чи надлишкової додаткової вартості) до коефіцієнта дисконтування. Ставка дисконтування на ризиковані вкладення капіталу мінімальна, а на ризикові, які пов'язані з нестабільністю і суперечностями, що властиві виробничим процесам – максимальна.

Інший метод, на якому ґрунтується дохідний підхід – капіталізація. Капіталізацію в нашому випадку розглядатимемо як переведення прибутку від використання деякого майна на його вартість.

Застосування методу капіталізації для оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності передбачає врахування середнього значення надлишкової додаткової вартості за період до трьох років, амортизації основних активів та інших показників.

Метод капіталізації більше застосовують для підприємств зі стабільними і прогнозованими майбутніми грошовими потоками від використання об'єктів інтелектуальної власності. Він також дає об'єктивні результати у тих випадках, коли об'єкти інтелектуальної власності використовують у власному виробництві, в інвестиційному процесі, тобто, коли дані об'єкти не пов'язані з реалізацією продукції. Зумовлено це тим, що ставки рефінансування Національного банку України не відображають ризики, пов'язані з державними зобов'язаннями.

У такому контексті варто розглянути метод «фоялті», який широко застосовують у міжнародній практиці під час продажу ліцензій. Так, П. Крайнев розглядає цей метод як комбінований, який враховує методи продажів і доходу [56].

Недоліки цього методу:

1) із запропонованих формул незрозуміло, який різновид рентабельності (рентабельність продукції чи рентабельність виробництва) використовується для обчислення роялті;

2) під час розрахунків використовують середньогалузеві показники прибутковості, коли об'єкти інтелектуальної власності створюють прибуток, який перевищує ці показники.

Метод оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності за доходом, як і інші проаналізовані методи, має свої переваги і недоліки. Розрахована за допомогою одного з методів ціна слугує основою для формування кінцевої ціни інтелектуального продукту.

Відомо, що ціна на товар формується під дією законів попиту і пропозиції.

Ціна на товари масового виробництва залежить від кількості і ціни товарів, які купують, а також від кількості запропонованих на ринку товарів. Пропозиція на інтелектуальні продукти абсолютно нееластична, зважаючи на їх неповторність та унікальність.

Попит на цей продукт має також свої особливості. По-перше, купувати його будуть ті суб'єкти господарювання, які технічно і технологічно готові впроваджувати об'єкт інтелектуальної власності у виробництво. По-друге, попит на інтелектуальний продукт може визначатися особистими рисами покупців, особливо, що стосується літературних і художніх тощо. По-третє, спрацьовує також фінансовий чинник, адже на одиничні інтелектуальні продукти здебільшого встановлюються монополні ціни, які можуть визначатися ім'ям автора, брендом та ін. Отже, у випадку інтелектуального виробництва кількість покупців, які бажають придбати такий товар, зменшується, або може бути попит одиничного покупця.

Водночас можливий інший приклад, коли на ринку є тільки один продавець і один покупець. Тоді криві попиту і пропозиції збігаються, а ціна на інтелектуальний продукт формується внаслідок переговорів продавця і покупця.

Ціна інтелектуального продукту визначається не попитом і пропозицією, а іншими чинниками, які насамперед впливають на кон'юнктуру ринку, конкуренцію і опосередковано на ціну продукції в умовах абсолютної конкуренції (чинник «чорного ящика»). Крім того, вагомий вплив на ціну такого продукту мають умови, в яких перебувають продавець і покупець. Тому можна стверджувати, що ціна на інтелектуальні продукти визначається внаслідок перемовин між продавцем і покупцем. Її формування – довготривалий процес, який може охоплювати систему експертних оцінок, механізм укладання ліцензійних угод та інше.

Продавець інтелектуального продукту може приймати різні рішення щодо його використання: продати, застосувати у власному виробництві, експортувати продукт чи капітал в країну власника ліцензії на об'єкт права інтелектуальної власності.

Отже, ще не створено єдиної, універсальної методики оцінювання вартості об'єктів інтелектуальної власності як елемента інтелектуального капіталу, зважаючи на таку їх особливість, як віртуальність, яку важко кількісно виміряти. З огляду на це, механізм ціноутворення на ринку інтелектуальної власності має враховувати не тільки конкретні методики обрахунку, а й мету проведення оцінювання і специфіку конкретних об'єктів інтелектуальної власності.

Зауважимо, що на сьогодні немає також загальноприйнятої методики дослідження інтелектуального капіталу на макрорівні [57]. Для характеристики інтелектуальної складової соціально-економічного розвитку України використовують, наприклад, індекс глобальної конкурентоспроможності. Одним із елементів цього індексу є охорона здоров'я та початкова освіта, а також вища та професійна освіта. Позитивним є те, що показники окремих складових, які частково характеризують вітчизняний людський капітал, останніми роками не змінилися, а то й

зросли. Натомість показники складових індексу глобальної конкурентоспроможності, що відображають інноваційний розвиток України (технологічна готовність, конкурентність бізнесу, інновативність), за той же рік знизилися.

Інтегральним показником розвитку людського капіталу як складової інтелектуального капіталу можна вважати індекс людського розвитку (Human Development Index), який обчислюють з 1990 року. Головна мета Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) – викорінення бідності й сприяння стабільному людському розвитку.

Концепція людського розвитку передбачає такий розвиток суспільства, який би забезпечив оптимальний зв'язок між економічним зростанням і розвитком людини; збільшення інвестування освіти, охорони здоров'я, професійної підготовки; широке залучення розвинутих здібностей людини у процеси виробництва і розподілу економічних благ.

Індекс людського розвитку охоплює три компоненти:

1) показник довголіття, який вимірюють очікувану тривалістю життя під час народження;

2) освітній показник, який є сукупністю даних щодо освіченості дорослого населення (вага в індексі – 2/3) та середньої кількості років навчання (вага в індексі – 1/3);

3) рівень життя, який оцінюють на підставі реального ВВП на душу населення у доларах США за паритетом купівельної спроможності.

Для кожного з цих показників визначають фіксовані максимальні та мінімальні значення, що в подальшому аналізі дають змогу визначити рейтинг кожної країни. Зокрема, для показника довголіття граничні значення становлять 25 і 85 років, для показника освіти – 0 і 100%; для показника рівня життя – 100 і 40000 дол. США [58].

Існуючі методики для оцінки інтелектуального капіталу є складними для реалізації, потребують опрацювання значної інформації [59]. Зокрема, карта інтелектуального капіталу, що дозволяє виміряти інтелектуальний капітал фірми, включає 192 показники, які згруповані за 33 критеріями з

виокремленням кожної компоненти інтелектуального капіталу [60].

Слід зазначити, що країни-лідери за рівнем розвитку інтелектуального капіталу у 2020 р. демонструють високі показники індексу як в цілому, так і за окремими складовими інтелектуального капіталу. Особливо це стосується людського і структурного капіталів, що проявляється у високих частках працівників, які підвищують кваліфікацію, зайнятих в наукомістких секторах, експорту високотехнологічної продукції, найвищих серед досліджуваних країн витратах на освіту, науку, охорону здоров'я тощо.

Використання частини доходу на розвиток людського капіталу (підвищення кваліфікації, матеріальне заохочення персоналу) та структурного капіталу (придбання патентів чи створення нових об'єктів інтелектуальної власності) забезпечує нагромадження інтелектуального капіталу.

Сьогодні існує велика кількість наукових напрацювань щодо ціноутворення інтелектуальних продуктів на мікрорівні [61]. Для визначення базової ціни інтелектуального продукту використовують три основні методи: затратний (інвестиційний), аналоговий і дохідний (фінансовий). Проте жоден з них не є оптимальним. Для визначення кінцевої ціни інтелектуального продукту слід враховувати такі чинники:

- 1) якісні характеристики інтелектуального продукту;
- 2) правові чинники, зокрема право інтелектуальної власності;
- 3) економічні чинники (наприклад, тип ринкової структури, розмір ринку інтелектуального продукту, темп інфляції та ін.).

Отже, існують різні підходи до вивчення інтелектуального капіталу, які по-різному оцінюють його як на мікро-, так і на макрорівнях. З огляду на це, використовують різний інструментарій для характеристики й аналізу окремих його складових. Проте, розроблені в розвинутих країнах методики інколи важко, а то й неможливо застосувати до українських реалій, що потребує додаткових ґрунтовних досліджень.

Бібліографічний список до 2 розділу

1. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 66-70.

2. Деділова Т.В., Шершенюк О.М. Обґрунтування доцільності стратегічної спрямованості держави на інноваційний вектор розвитку. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2015. № 3(2). С. 9-16.

3. Ілляшенко Н.С. Управління випереджаючим інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія. Суми : Триторія, 2019. 504 с.

4. Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Критеріальна база оцінки і відбору стратегічних напрямків науково-технологічного розвитку підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2018. Том 23. Випуск 8 (73). С. 83-87.

5. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління розробленням орієнтованої на знання стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства. Тестування та оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій: колективна монографія / за ред. Нагорного Є.І. Суми: Триторія, 2019. С. 193-204.

6. Інструменти та методи управління знаннями в системі інноваційного розвитку організацій : монографія / за ред. д.е.н., доц. Ю.С. Шипуліної. Суми : Триторія, 2019. 270 с.

7. Карпінська Г.В., Лукашук В.В. Передумови інноваційного розвитку промислових підприємств України. *Економічні інновації*. 2018. Випуск № 66. С. 96-104.

8. Кубатко О.В., Омеляненко Ю.О. Інноваційний розвиток підприємств в умовах економічної нестабільності. *Механізм регулювання економіки*. 2015. № 2. С. 54-60.

9. Липов В.В. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації. II. Конкурентна стратегія інтеграції України у міжнародний економічний простір. *Економіка України*. 2018. № 4. С. 3-17.

10. Македон В.В., Валіков В.П., Федьора С.С. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2019. № 1 (26). С. 108-125.

11. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД "Університетська книга", 2006. 728 с.

12. Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств монографія / за ред. к.е.н., доц. Н.С. Ілляшенко. Суми : Триторія, 2019. 248 с.

13. Павлюк Л.В. Розвиток інноваційного підприємництва. *Економічний форум*. 2017. № 2. С. 129-132.

14. Ткаченко С.Є. Проблеми та шляхи інноваційного розвитку українських підприємств в сучасних умовах господарювання. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2018. Вип. 191. С. 344-354

15. Управління комерціалізацією інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., д.е.н., доц. Біловодської О.А. Суми : Триторія, 2019. 303 с.

16. Шипулина Ю.С., Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі його інноваційної культури. Інституціональна модель інноваційної економіки: колективна монографія / за ред. Ілляшенка В.І. Прокопенко О.В., Омеляненко В.А. НАН України, Ін-т економіки пром-сті, 2019. С. 97-113.

17. Юринець З.В. Інноваційний потенціал і державна інноваційна політика в системі підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 4. С. 35-37.

18. Cassiman B., Valentini G. Open innovation: Are inbound and outbound knowledge flows really complementary? *Strategic Management Journal*. 2016. № 37. P. 1034-1046.

19. Illiashenko N., Rosokhata A. Innovative development prognostication at the industrial enterprise level. *Forum Scientiae Oeconomia*. 2016. Volume 4. №. 2. P. 69-78.

20. Illiashenko S., Shypulina Y., Illiashenko N., Gryshchenko O., Melnik Y. Fundamentals of the management mechanism of innovative production commercialization of industrial enterprise. National Development Goals: Innovation Framework: Monograph / ed. by O. Prokopenko, V. Omelyanenko. – London: Agenda Publishing House Limited, United Kingdom, 2020. P. 112-132.

21. Stenberg L. Government Research and Innovation Policies in Japan. URL: <http://www.innovation.lv/ino2/publications/japan.pdf>

22. Guenzi, P. & Troilo, G. (2006). Developing marketing capabilities for customer value creation through marketing-sales integration. *Industrial Marketing Management*, 35(8), 974-988.

23. Tan, Q. & Sousa, C.M.P. (2015). Leveraging marketing capabilities in to competitive advantage and export performance. *International Marketing Review*, 32(1), 78-102.

24. Mohammed, A.A. & Rashid, B.B. (2012). Customer Relationship Management (CRM) in hotel industry: A framework proposal on the relationship among CRM dimensions, marketing capabilities and hotel performance. *International Review of Management and Marketing*, 2(4), 220-229.

25. Morgan, N.A., Slotegraaf, R.J. & Vorhies, D.W. (2009a). Linking marketing capabilities with profit growth. *International Journal of Research in Marketing*, 26 (4), 284-293.

26. Nuryakin, N., Aryanto, V.D.W. & Setiawan, M.B. (2018). Mediating effect of value creation in the relationship between relational capabilities on business performance. *Contaduría y Administracion*, 63(1), 1-21.

27. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99.

28. Darroch, J. & McNaughton, R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 210-222.

29. Olson, E.M.S. & Hult, M.G.T. (2005). The performance implications off it among business strategy, marketing

organization structure and strategic behavior. *Journal of Marketing, Performance Implication of Fit*, 69, 49-65.

30. About the Sustainable Development Goals URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

31. Додатки збагачувальні білково-мінеральні / О.І. Черевко, В.М. Михайлов, М.П. Головка, М.Л. Серік, Т.М. Головка, Л.О. Чуйко, В.В. Полупан, М.П. Бакіров // ТУ У 10.8 –01566330 – 281: 2013

32. Головка М.П., Серік М.Л., Головка Т.М., Полупан В.В., Шурдук І.В. Вплив напівфабрикату білково-мінерального на структурно-механічні характеристики м'ясних виробів // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 6/11 (66) 2013. С. 30-34.

33. Ринок м'яса та м'ясопродуктів в Україні за 2017-2019 роки URL: <https://agropolit.com/infographics/view/94>

34. World Health Organization (2000) CINDI Dietary Guide. World Health Organization, Geneva, Switzerland. URL: <http://www.euro.who.int/document/e70041.pdf>

35. Галушко Н.А. Еволюція системи харчування населення незалежної України // Сучасні проблеми токсикології, харчової та хімічної безпеки 2-3/2018. С. 107-117.

36. Продукти, що заощаджують час: дослідження ринку м'ясних напівфабрикатів в Україні. URL: proconsulting.ua/ua/pressroom/produkty-ekonomyashie-vremya-issledovanie-rynka-myasnyh-polufabrikatov-v-ukraine

37. Savytska N., Afanasieva O. Segmentation of niche markets of meat and meat products (by the example of local market) / Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. №1. с. 42-51.

38. Головне управління статистики у Харківській області. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>

39. Паніотто В. Статистичний аналіз соціологічних даних: монографія / В. Паніотто, В. Максименко, Н. Харченко . Київ: ВД «КМ Академія», 2004. 270 с.

40. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу. Аналітична доповідь /

Я.А. Жаліло та ін. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2019. 115 с.

41. Управління стратегічним розвитком об'єднаних територіальних громад: інноваційні підходи та інструменти : монографія / за заг. та наук. ред. С. М. Серьогіна, Ю. П. Шарова. – Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2016. 276 с.

42. Моніторинг прогресу децентралізації станом на 01 січня 2020 року. URL: https://decentralization.gov.ua/mainmonitoring#main_info (дата звернення 20.08.2020)

43. Децентралізація в Україні. URL: <https://decentralization.gov.ua/> (дата звернення 20.08.2020)

44. Daßler B., Kruck A., Zangl B. The institutional adaptation of international intellectual property protection to global power shifts. *European Journal of International Relations*. 2019. Vol. 25. Issue 2. URL : <https://doi.org/10.1177%2F1354066118768871>

45. Link A. N., van Hasselt M. *The use of intellectual property protection mechanisms by publicly supported firms*. Working Paper 20-09. 23 p. URL : <https://bryan.uncg.edu/wp-content/uploads/2018/02/20-09-The-Use-of-Intellectual-Property-Protections.pdf>

46. Ma P. Challenges and Countermeasures of Intellectual Property Rights in Network Environment. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2020. Vol. 1088. URL : https://doi.org/10.1007/978-981-15-1468-5_133

47. Ковальова М. В. Захист інтелектуальної власності в умовах інноваційного розвитку держав. *Часопис Київського університету права*. 2019. № 4 С. 239–242. URL : <https://doi.org/10.36695/2219-5521.4.2019.43>

48. Кравець І. В. Ідентифікація та захист інтелектуальної власності в діяльності сільськогосподарських підприємств: міжнародний досвід та вітчизняний підхід. *Інноваційна економіка*. 2019. № 1–2. С. 63–68. URL : <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/10/11>.

49. Кузьменко Л. Г. Взаємозв'язок між патентним захистом інтелектуальної власності конкурентною політикою. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2019. Том 4. Випуск 1. С. 60–65.

50. Пасемко Г. П., Беседіна Г. П. Інтелектуальна власність як складова інтелектуального капітал. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія Економічні науки*. 2014. № 3. С. 58–66.

51. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку. Наказ Міністерства фінансів України від 18.10.99 р. № 242 (зі змінами та доповненнями). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>

52. Білошкурський М. В. До проблеми економічної діагностики стану розвитку інноваційної діяльності підприємств. *Соціально-економічні трансформації в умовах глобалізації: світовий та вітчизняний виміри*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Херсон, 1-2 березня 2013 р.); ред. кол. : К. С. Шапошников [та ін.]. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2013. С. 56–58.

53. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку. Наказ Міністерства фінансів України від 18.10.99 р. № 242 (зі змінами та доповненнями). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>

54. Білошкурська Н. В. Управління промисловим виробництвом в Україні: інноваційний аспект. *Економічний простір*: збірник наукових праць. № 98. Дніпропетровськ : ПДАБА, 2015. С. 54–62.

55. Фридман Дж., Ордуэй Н. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости: пер. с англ. М. : Дело, 1997, 480 с.

56. Крайнев П. П. Інтелектуальна економіка: управління промисловою власністю: монографія / Акад. правових наук України; Науково-дослід. ін-тут інтелектуальної власності. К. : ІнЮре, 2004. 448 с.

57. Ponomarenko T. V., Prokopenko O. V., Slatvinskyi M. A., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. and Omelyanenko V. A. National investment and innovation security assessment methodology. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*. 2019. № 10(2). P. 847–857. URL <http://www.iaeme.com/IJMET/issues.asp?JType=IJMET&VType=10&IType=2>

58. Нерівність у людському розвитку в 21 столітті. Аналітична записка за країнами, що представлені в Доповіді про стан людського розвитку за 2019 рік. URL [http://www.un.org.ua/images/documents/4792/Ukraine%20\(ukr\).pdf](http://www.un.org.ua/images/documents/4792/Ukraine%20(ukr).pdf)

59. Omelyanenko V. A., Martynenko V. V., Slatvinskyi M. A., Povorozniuk I. M., Biloshkurska N. V. And Biloshkurskyi M. V. Methodological bases of sectoral innovation priorities evaluation within security-based strategies *International Journal of Civil Engineering and Technology*. 2019 № 10(2). P. 1217–1226. URL <http://www.iaeme.com/IJCIET/issues.asp?JType=IJCIET&VType=10&IType=02>

60. Sveiby K. E. Methods for measuring intangible assets. URL : <https://www.sveiby.com/files/pdf/intangiblemethods.pdf>

61. Манцуров І. Г., Якушик І. Д., Ястремський О. І. Білошкурський М. В., Ястремський Я. О. Методика оцінки внутрішньогалузевої конкурентоспроможності в умовах адаптації вітчизняних підприємств до нестабільності зовнішнього середовища. *Економіка. Менеджмент. Бізнес* 2010. № 2. С. 66–81.

їх майбутніх споживачів, причому таке включення має стати основою взаємовигідних відносин підприємства зі своїми споживачами і посилити споживчий капітал підприємства. Регулярні взаємовідносини зі споживачами мають здійснюватися не лише на етапі купівлі товарних інновацій, пі взаємовідносини мають виникати ще раніше, на етапі створення цих інновацій і тільки в цьому випадку споживачі відчують реальне піклування про себе, про задоволення їх потреб, а виробнику дозволить реалізувати товарні інновації в намічених об'ємах із компенсацією всіх витрат на їх розроблення та комерціалізацію.

Бібліографічний список до 3 розділу

1. Гордієнко С. Г. Інноваційна діяльність: проблеми, сутність, змістовні складові та напрями удосконалення. *Часопис Академії адвокатури України*. 2014. Т. 7. № 2. С. 15-32.
2. Коюда П. М., Шейко І. А. Ефективність інноваційної діяльності підприємств: теорія та практика : монографія. Х. : ХНУРЕ, 2013. 337 с.
3. Поліщук О. О. Сутність поняття «інноваційна діяльність» як соціально-економічної категорії. *Економічний вісник Донбасу*. 2010. № 3(21). С. 169-171.
4. Денисенко М. П., Риженко Я. В. Стратегічна місія інноваційної діяльності та шляхи її активізації в Україні. *Проблеми науки*. 2007. № 6. С. 10-16.
5. Казачков І. О., Ткаченко О. О. Сучасні підходи до проведення економічної діагностики підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2013. С.148-153.
6. Діагностика стану підприємства: теорія і практика : монографія / за заг. ред. проф. А. Е. Воронкової. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. 448 с.
7. Лук'янова В. В. Сучасний стан теоретичних основ діагностики діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 3. С. 52-58.

8. Білошкурський М. В. До проблеми економічної діагностики стану розвитку інноваційної діяльності підприємств. *Соціальноекономічні трансформації в умовах глобалізації: світовий та вітчизняний виміри* : матеріали міжн. наук.-практ. конф., м. Херсон, 01-02.03.2013 р. Херсон, 2013. С. 56-58.

9. Глазов М. М. Диагностика промышленного предприятия: новые решения : монография. СПб. : РГГМУ, 2006. 480 с.

10. Жежуха В. Й. Методологічні положення з формування системи показників діагностики інноваційної складової технологічних процесів телекомунікаційних підприємств. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 1. С. 204-208.

11. Іванілов О. С., Сиром'ятникова А. Г. Методичний підхід щодо комплексного аналізу інноваційної діяльності підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2013. Вип. 1(2). С. 76-82.

12. Іжевський В. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.4. С. 160-166.

13. Коваленко О. В., Біда Д. М. Роль економічної діагностики у процесі прийняття рішень. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип. 7. С. 5-11.

14. Коваленко В. В. Теоретичні підходи у визначенні сутності діагностики підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 2(1). С. 17-20.

15. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2013. 456 с.

16. Купай Н. Сутність, предмет і завдання інноваційного аналізу підприємства. *Економіст*. 2013. № 12. С. 70-72.

17. Литвин З. Б. Необхідність аналізу інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання. *Економічний аналіз*. 2016. Т. 25. № 2. С. 99-107.

18. Мулик Т. О. Організація діагностики діяльності підприємства та його бізнес-процесів: теоретико-методичні підходи. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2019. № 17. С. 158-164. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua> (дата звернення: 20.09.2020).

19. Роговий А. В. Економічна діагностика підприємства: теоретичні та практичні аспекти дослідження. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 6. С. 457-459.

20. Сарай Н. І. Економічна діагностика : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. 165 с.

21. Сисоев В. В. Концептуальна модель механізму діагностики діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2018. №4. С. 411-418.

22. Скриньковський Р. М. Система діагностики інноваційної діяльності підприємства: концепція та інструменти. *Вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського*. 2014. Вип. 2. с. 705-708.

23. Яцкевич І. В. Економічна діагностика: навч. посіб. Одеса : ФОП Бондаренко М. О., 2015. 292 с.

24. Артюх-Пасюта О. В. Огляд наукових позицій на сутнісну характеристику терміна «діагностика підприємства». *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економічні науки*. 2013. № 4. С. 172-179.

25. Артюх–Пасюта О. В. Класифікація різновидів діагностики підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 6. С. 28-31.

26. Перерва П. Г., Кобелева Т. О., Ткачова Н. П. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. № 60 (1169), 2015. С.50–54.

27. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

28. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A., Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. Kharkov-Miskolc: NTU«KhPI», 2018. 689 p.

29. Кузьомко В. М., Онищенко І. В. Стратегія підвищення ефективності господарської діяльності підприємства на різних стадіях його життєвого циклу. *Економіка і суспільство*. №5, 2016. С.170–174.

30. Гильманова Р. И. Методы оценки экономической эффективности инноваций с учетом их жизненного цикла. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*, 2011. №28. Режим доступа: <http://uecs.mcnp.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=388>

31. Перерва П.Г., Коциски Д., Сакай Д., Верешне Шомоши М. Трансфер технологий: монография. Харьков-Мишкольц: НТУ «ХПИ», 2012. 599 с.

32. Гладенко И. В. Сбалансированная система показателей в структуре мониторинга инновационной деятельности предприятия. *Бизнес Информ.* №1, 2011. С. 11–20.

33. Кравчук А.В. Аналіз існуючих методів економічної оцінки ефективності промислових інновацій. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2019. Випуск 2/2019 (115). С.69-78. DOI: 10.30929/1995-0519.2019.2.69-78

34. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

35. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

36. Мершиев Р. В. Проблемы оценки эффективности инноваций. *Горный информационно-аналитический бюллетень* (научно-технический журнал). №5, 2010. С. 114–119.

37. Кувшинов М. С., Комарова Н. С., Бажанова М. И. Интегральная оценка эффективности инвестиционных проектов на промышленных предприятиях. *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. Серия Экономика и менеджмент. №4, 2013. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/integralnaya-otsenka-effektivnosti-investitsionnyh-proektov-na-promyshlennyh-predpriyatiyah>

38. Кравчук А.В. Формування інтегрального показника ефективності промислових інновацій. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*: тези доповідей XXVII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2019, 15-17 травня 2019 р.: у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХП», 2019. С.217.

39. Жидецька Х. В. До питань формування системи показників для визначення рівня соціально-трудової безпеки підприємств. *Наукові записки*. 1 (50), 2015. С. 86–95.

40. Овсянко К. А., Куганов В. Г. Сбалансированная система показателей эффективности инноваций. *Инновации*. №7 (117), 2008. С. 122–126.

41. Левченко Ю. Г. Комплексна оцінка рівня інноваційного потенціалу підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. №4 (47), 2012. С. 208–215.

42. Маслак О. І., Квятковська Л. А. Система показників оцінки інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Ефективна економіка*, 2009. №9. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_9_10

43. Мартиненко А.В. Формування групи фінансово-економічних показників ефективності промислових інновацій на кожній стадії життєвого циклу товару. *Управління проектами. Ефективне використання результатів наукових досліджень та об'єктів інтелектуальної власності*: збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (10 квітня 2020 р.). НМетАУ, УКРНЕТ, НДПВ НАІПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2020. С.90-92.

44. Василик Н. М. Оцінка ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства. *Економічний аналіз*. Тернопіль, Вип. 28, №3, 2018. С. 154–161.

45. Матросова В. О., Ілляшенко С. М., Глізнуца М. Ю., Гармаш С. В., Винниченко А. А., Кобелева Т. О. Оцінювання інноваційного та ресурсного потенціалу туристичного підприємства. *Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових*

підприємств : монографія. Заг. ред. Н. С. Ілляшенко. Суми : Триторія, 2019. Розд. 6.2. С.233-246.

46. Яруллина Г. Х. Формирование системы критериев эффективности производства и развития экономики в рамках методологического подхода. *Вестник Казанского технологического университета*. №5, 2007. С. 178–183.

47. Горохова А. Е. Оценка инноваций: экономическое содержание и методическое обеспечение. *Известия МГУ*. Вип. 5, №1(15), 2013. С. 200–206.

48. Antikainen M., Mäkipää M., Ahonen M. (2010). Motivating and Supporting Collaboration in Open Innovation. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 13, No. 1, pp. 100–119. <https://doi.org/10.1108/14601061011013258>.

49. Enkel E., Gassmann O., Chesbrough H. (2009). Open R&D and Open Innovation: Exploring the Phenomenon. *R&D Management*, Vol. 39, Issue 4, pp. 311–316. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2009.00570.x>.

50. Helfat E., Quinn J. B. (2006). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. *Academy of Management Perspectives*, Vol. 20, No. 2, pp. 86–88. <https://doi.org/10.5465/amp.2006.20591014>.

51. Chesbrough H. W. (2003). The Era of Open Innovation. *MIT Sloan Management Review*, Vol. 44, No. 3, pp. 35–41.

52. Schwerdtner W., Siebert R., Busse M., Freisinger U. (2015). Regional Open Innovation Roadmapping: A New Framework for Innovation-Based Regional Development. *Sustainability*, Vol. 7, 2301–2321. DOI: 10.3390/su7032301.

53. Michelino F., Cammarano A., Lamberti E., Caputo M. (2015). Knowledge Domains, Technological Strategies and Open Innovation. *Journal of Technology Management and Innovation*, Vol. 10, No. 2, pp. 50–78. DOI: 10.4067/S0718-27242015000200005.

54. West J., Salter A., Vanhaverbeke W., Chesbrough H. (2014). Open Innovation: The Next Decade. *Research Policy*, Vol. 43, No. 5, pp. 805–811. DOI: 10.1016/j.respol.2014.03.001.

55. Андрос С. В., Чан Сі Цо. (2019). До питання про економічну сутність категорії «інноваційний потенціал компанії». *Університетські наукові записки : часопис Хмельницького університету управління і права*. Хмельницький: Вид-во Хмельницького університету управління і права, Том 18, No 4(72), С.118-129. DOI: 10.37491/UNZ.72.12.

56. Андрос С. В., Чан Сі Цо. (2019). Інформаційні технології як базис інноваційного розвитку підприємств. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. № 5 (45). С. 16-25. DOI: 10.5281/zenodo.3766794. ULR: <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No5/16.pdf>.

57. Андрос С. В., Чан Сі Цо. (2019). Діджиталізація та підприємства: нові тренди інноваційного розвитку. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. № 4 (10). С. 5-13. DOI: 10.5281/zenodo.3757950. ULR: https://economics.opu.ua/410-2_print.

58. Cammarano A., Caputo M., Lamberti E., Michelino F. (2016). R&D collaboration strategies for innovation: An empirical study through social network analysis. *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol. 14, No. 01, 1740001. <https://doi.org/10.1142/S0219877017400016>.

59. Boons F., Montalvo C., Quist J., Wagner M. (2013). Sustainable innovation, business models and economic performance: An overview. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 45, pp. 1–8. DOI: 10.1016/j.jclepro.2012.08.013.

60. Arcese G., Flammini S., Lucchetti M. C., Martucci O. (2014). Open Sustainability Innovation in the Food Sector. Conference: *The 4th World Sustainability Forum Forum*, Vol. 7, pp. 8067–8090. DOI: 10.3390/wsf-4-g001.

61. Boons F., Lüdeke-Freund F. (2012). Business Models for Sustainable Innovation: State of the Art and Steps Towards a Research Agenda. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 45, pp. 9-19 (Special Issue Sustainable Innovation and Business Models). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2103495>.

62. Remer D.S., Nieto A.P. (1995). A Compendium and Comparison of 25 Project Evaluation Techniques. Part 1: Net Present Value and Rate of Return Methods, *International Journal of Production Economics*, Elsevier, Vol. 42, Issue 1, pp. 79-96. doi:10.1016/0925-5273(95)00104-2

63. Schaltegger S., Freund F.L., Hansen E.G. (2012). Business Cases for Sustainability: The Role of Business Model Innovation for Corporate Sustainability. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, Vol. 6, Issue 2, pp. 95–119. DOI: 10.1504/IJISD.2012.046944.

64. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент. Таганрог : ТРТУ, 1998. 132с.

65. Економіка та організація інноваційної діяльності / за ред. П. Перерви, С. Меховича, М. Погорелова. Харків : НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.

66. Рогозин О.В. Комплексная оценка эффективности инновационного проекта на основе анализа качественных характеристик. Открытое образование. 2010. №6. С. 140-147.

67. Арутюнова Д.В. Инновационный менеджмент. Ростов-на-Дону : ЮФУ, 2014. 152 с.

68. Четверик Н.П. Методические рекомендации по оценке эффективности инноваций в строительстве. Москва : Нострой, 2011.

69. Инновационный менеджмент / В.П. Воробьев, В.В. Платонов, Е.М. Рогова; под ред. С.Ю. Шевченко. Санкт-Петербург : ГОУ ВПО «СПГУЭФ», 2005. 115 с.

70. Башкирцева С.А. Методические основы оценки эффективности инновационных проектов. Социально-гуманитарный вестник Республики Татарстан. 2011. №3. с.97-104.

71. Тютлікова В.В., Безprozванних О.О. Розробка методики відбору інноваційних ідей для подальшої комерціалізації на основі інноваційного супермаркету. Technology audit and production reserves. 2018. №3/4(41). С. 4-9.

72. Кучинський В.А., Коробка Н.А. Підвищення ефективності інноваційної діяльності на основі удосконалення підходу до оцінки та відбору інноваційних проектів. Вісник

Нац. техн. ун-ту "ХПІ". Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2011. № 7. С. 112-117.

73. Інноваційний розвиток підприємства. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочиляс С.М. Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.

74. Кашицына Т.Н. Экспертиза инновационных проектов. Владимир : Изд-во ВлГУ, 2012. 58 с.

75. Скібіцький О.М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 408 с.

76. Герасимов В.В., Чередникова Л.Е. Управление проектами: задачи, методы и инструменты. Новосибирск : НОУ ВПО «САФБД», 2007. 256 с.

77. Оценка инновационных проектов и программ / Е.В. Быковская, В.Л. Пархоменко, Л.В. Минько, Г.М. Золотарёва, Е.М. Королькова. Тамбов : ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. 88 с.

78. Система отбора и оценки инновационных проектов. Режим доступа: <https://investobserver.info/sistema-otbora-i-ocenki-innovacionnykh-proektov/>

79. Кардаш В.Я., Павленко І.А., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика. Київ : КНЕУ, 2002. 266 с.

80. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 288 с.

81. Edvinsson L., Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. New York : Harper Business, 1997.

82. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. Москва : Поколение, 2007. 368 с.

83. M'Pherson Ph., Pike S. Accounting, empirical management and intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*. 2001. Vol. 2. Number 3. PP. 246-260.

84. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект. *Інтелектуальний капітал*. 2002. № 1. С.16-27.

85. Гапоненко А.Л. Теория управления. Москва : РАГС, 2003. 558 с.

86. Івашова Н.В. Методика розрахунку комунікативного впливу брэнда промислового підприємства на споживачів. *Проблеми науки*. 2009. 10. С. 35-40.

87. Ілляшенко С.М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства. *Економіка України*. 2008. 11. С. 16-26.

88. Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом. Донецьк: НАН України. Ін-т економіки пром-ті; ДонУЕП. 2008. 363 с.

89. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 800 с.

90. Трегубенко П.В. Применение метода совместного анализа для оценки потребительских предпочтений на промышленных рынках. Практический маркетинг. 2013. 10. URL: <https://www.cfin.ru/press/practical/2013-10/07.shtml> (дата звернення: 01.10.2020).

91. Юдин Д. Метод Кано - рекомендации по развитию бизнес-предложения. Пошаговая инструкция. URL: <https://brandenso.com/metod-kano/> (дата звернення: 01.10.2020).

92. Карташев О. Модель Кано: Введение. Как проводить опросы пользователей. URL: <https://kartashev.me/kano-model/> (дата звернення: 01.10.2020).

93. Объяснение модели Кано: анализ и примеры. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2018/07/03/obyasnenie-modeli-kano-analiz-i-primery/> (дата звернення: 01.10.2020).