

**Єршова Наталя Юріївна**, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і фінансів, [Natalia.Iershova@khpi.edu.ua](mailto:Natalia.Iershova@khpi.edu.ua) (ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3544-3816>)

**Косенко Олександра Петрівна**, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу тел.: +38 (067) 9401681; e-mail: [Oleksandra.Kosenko@khpi.edu.ua](mailto:Oleksandra.Kosenko@khpi.edu.ua); ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6256-9329>

**Ларка Людмила Сергіївна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу; тел.: (067)122-40-02; [Larka.Ludmila@khpi.edu.ua](mailto:Larka.Ludmila@khpi.edu.ua); (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8184-5464>)

**Ткачова Надія Петрівна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу; тел.: (067)122-40-02; [nadiia.tkachova@khpi.edu.ua](mailto:nadiia.tkachova@khpi.edu.ua) (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3840-4516>)

**Татаринцева Юлія Леонідівна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і фінансів; [yulia.tataryntseva@khpi.edu.ua](mailto:yulia.tataryntseva@khpi.edu.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2910-9280>;

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (Харків, Україна)*

## ПРОЦЕСИ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ І ЦІНИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** У статті досліджено ключові аспекти формування собівартості та ціноутворення інноваційної продукції в умовах сучасної економіки. Розглянуто специфіку витрат, пов'язаних із розробкою, впровадженням і виробництвом інноваційної продукції, а також їхній вплив на загальну економічну ефективність діяльності підприємства. Особливу увагу приділено взаємозв'язку між собівартістю, ціною і конкурентоспроможністю інноваційної продукції. Визначено основні фактори, які впливають на цінову політику підприємства, зокрема: витрати на дослідження та розробки (R&D), масштаб виробництва, доступ до ресурсів та рівень технологічного розвитку. Стаття акцентує на важливості інтеграції інновацій у бізнес-процеси підприємства для досягнення його стратегічних цілей. Окремо розглянуто методи економічної оцінки ефективності інноваційної діяльності, що включають аналіз витрат, прибутковості та довгострокового впливу на ринкові позиції підприємства. Доведено, що процеси формування собівартості і ціни науково-технічної продукції прямо впливають на рівень ефективності виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства.*

***Ключові слова:** формування собівартості, ціноутворення, моделі, науково-технічна продукція, економічна ефективність, оцінка, промислове підприємство.*

**Iershova Natalia**, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Accounting and Finance, [Natalia.Iershova@khpi.edu.ua](mailto:Natalia.Iershova@khpi.edu.ua) (ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3544-3816>)

**Kosenko Oleksandra**, Doctor of Economics, Professor, tel.: +38 (067) 9401681; e-mail: [Oleksandra.Kosenko@khpi.edu.ua](mailto:Oleksandra.Kosenko@khpi.edu.ua); ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6256-9329>

**Larka Lyudmila**, к.е.н., доцент кафедри маркетингу; тел.: (067)122-40- 02; [Larka.Ludmila@khpi.edu.ua](mailto:Larka.Ludmila@khpi.edu.ua); (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8184-5464>)

**Tkachova Nadiia**, Ph.D., Associate Professor of the Department of Marketing; tel.: (067)122-40-02; [nadiia.tkachova@khpi.edu.ua](mailto:nadiia.tkachova@khpi.edu.ua) (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3840-4516>)

**Tatarintseva Yuliia**, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Finance; [yulia.tataryntseva@khp.edu.ua](mailto:yulia.tataryntseva@khp.edu.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2910-9280>;

*National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Kharkiv, Ukraine)*

## **PROCESSES OF FORMATION OF THE COST AND PRICE OF INNOVATIVE PRODUCTS IN THE SYSTEM OF ECONOMIC ASSESSMENT OF THE ACTIVITY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE**

**Abstract.** *The article studies the key aspects of the formation of the cost and pricing of innovative products in the conditions of the modern economy. The specifics of costs associated with the development, implementation and production of innovative products, as well as their impact on the overall economic efficiency of the enterprise, are considered. Particular attention is paid to the relationship between the cost, price and competitiveness of innovative products. The main factors that affect the pricing policy of the enterprise are identified, in particular: research and development (R&D) costs, the scale of production, access to resources and the level of technological development. The article focuses on the importance of integrating innovations into the business processes of the enterprise to achieve its strategic goals. Methods of economic assessment of the efficiency of innovation activity, including the analysis of costs, profitability and long-term impact on the market positions of the enterprise, are considered separately. It has been proved that the processes of formation of the cost and prices of scientific and technical products directly affect the level of efficiency of production and commercial activities of an industrial enterprise.*

**Keywords:** *cost formation, pricing, models, scientific and technical products, economic efficiency, valuation, industrial enterprise.*

**Постановка проблеми.** Інновації відіграють ключову роль у розвитку сучасних промислових підприємств, забезпечуючи їм конкурентні переваги та можливість адаптуватися до швидкозмінних умов ринку. Формування собівартості та ціни інноваційної продукції є складним і багатогранним процесом, який потребує врахування специфічних витрат, пов'язаних із розробкою, виробництвом та реалізацією нових товарів. Цей процес має вирішальне значення для забезпечення економічної ефективності підприємства та його стійкості на ринку [1, 4, 8].

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю пошуку ефективних підходів до управління витратами і ціноутворення, які б забезпечували оптимальне співвідношення між собівартістю, ціною та рентабельністю інноваційної продукції. Зростання ролі інновацій у глобальній економіці вимагає від підприємств впровадження стратегій, спрямованих на оптимізацію витрат і підвищення доданої вартості [2, 6, 11]. Особливого значення це питання набуває в умовах жорсткої конкуренції та зростаючих вимог до якості продукції з боку

споживачів. Промислові підприємства стикаються з викликами, які стосуються раціонального використання ресурсів, впровадження новітніх технологій і забезпечення економічної обґрунтованості своєї діяльності [3, 5]. У цьому контексті дослідження процесів формування собівартості та ціни інноваційної продукції сприяє розробці ефективних механізмів економічної оцінки діяльності підприємств, що є важливим інструментом для прийняття стратегічних управлінських рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання формування собівартості та ціноутворення інноваційної продукції активно досліджується у наукових і прикладних роботах, оскільки вони є важливими аспектами забезпечення ефективності діяльності промислових підприємств. У своїх роботах багато науковців наголошують на важливості комплексного підходу до оцінки витрат і ціноутворення, враховуючи не лише традиційні фактори, такі як виробничі витрати, але й специфіку інноваційного процесу [1-12].

Значний внесок у дослідження зробили вчені, які акцентують увагу на необхідності врахування витрат на дослідження та розробки (R&D) та встановлення ціни на них. Так, роботи таких авторів, як Портер та Солоу, підкреслюють значення інвестицій в інновації для забезпечення конкурентоспроможності підприємств [1, 2]. У більш сучасних дослідженнях, зокрема, праці К. Кларка та М. Джонса, наголошується на важливості інтеграції витрат на маркетингову діяльність у процес ціноутворення інноваційних продуктів [3]. Сучасні дослідження також фокусуються на використанні методів Activity-Based Costing (ABC) для точнішого розподілу витрат у рамках інноваційних процесів. Наприклад, праці Міллера та Пулмана доводять ефективність цього підходу для зменшення невиробничих витрат і підвищення точності оцінки собівартості [4, 5].

У публікаціях багатьох українських авторів, зокрема А. В. Косенко, П. Г. Перерви, Т. О. Кобелевої, М. М. Ткачова, Д. Коціскі, аналізується адаптація міжнародного досвіду до умов вітчизняної промисловості [8]. Їхні дослідження

акцентують увагу на важливості врахування економічних ризиків і нестабільності ринків під час формування собівартості та ціни на інноваційну продукцію.

Попри значний прогрес у цій сфері, все ще залишаються недостатньо дослідженими питання впливу екологічних і соціальних витрат на загальну собівартість продукції, а також розробка універсальних моделей оцінки ефективності інноваційної діяльності для підприємств різного масштабу [9, 10].

Таким чином, необхідність подальших досліджень у цій сфері є очевидною, оскільки інноваційна діяльність залишається стратегічно важливим напрямком для промислових підприємств, які прагнуть досягти сталого розвитку та підвищити свою конкурентоспроможність.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка теоретико-методичних концепцій та практичних підходів до формування собівартості і ціни інноваційної продукції в контексті підвищення економічної ефективності діяльності промислового підприємства.

**Методологія.** У статті використовуються загальнонаукові методи, такі як порівняльний аналіз, системний підхід та економічне моделювання. Вивчено сучасні наукові праці з тематики зниження собівартості та прикладено реальні кейси промислових підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування собівартості та ціноутворення інноваційної продукції є складним процесом, який впливає на економічну ефективність діяльності підприємств. У сучасних умовах підприємства повинні адаптуватися до швидких змін у технологіях, зростаючих витрат на ресурси і посилення конкуренції, що потребує впровадження нових підходів до оцінки витрат і цін. Висока собівартість продукції зменшує прибутковість підприємств, обмежує можливості їх розвитку та впровадження інновацій, що значно ускладнює їхнє функціонування на міжнародних і внутрішніх ринках. Зменшення собівартості продукції дозволяє підприємствам встановлювати більш конкурентні ціни, забезпечуючи при цьому фінансову стабільність. Особливо це актуально для промислових підприємств у країнах із

нестабільною економікою, де значну частину витрат становлять енергоресурси, сировина, логістика та заробітна плата.

Формування собівартості промислової продукції є важливим елементом економічного управління підприємством, оскільки воно безпосередньо впливає на рентабельність, конкурентоспроможність і ефективність діяльності. У сучасних умовах глобалізації та цифровізації економіки традиційні методи розрахунку собівартості часто не відповідають викликам ринку, тому розробка нових підходів стає необхідністю.

Сучасні виклики, такі як зростання цін на ресурси, енергетична криза, екологічні вимоги та необхідність швидкої адаптації до змін на ринку, вимагають вдосконалення методів управління собівартістю. Підприємства мають інтегрувати інноваційні рішення, що дозволяють забезпечити гнучкість, прозорість і точність у процесі формування витрат. Нові підходи до формування собівартості, які нами рекомендується до використання на промислових підприємствах в сучасних умовах господарювання наглядно представлено на рис. 1.

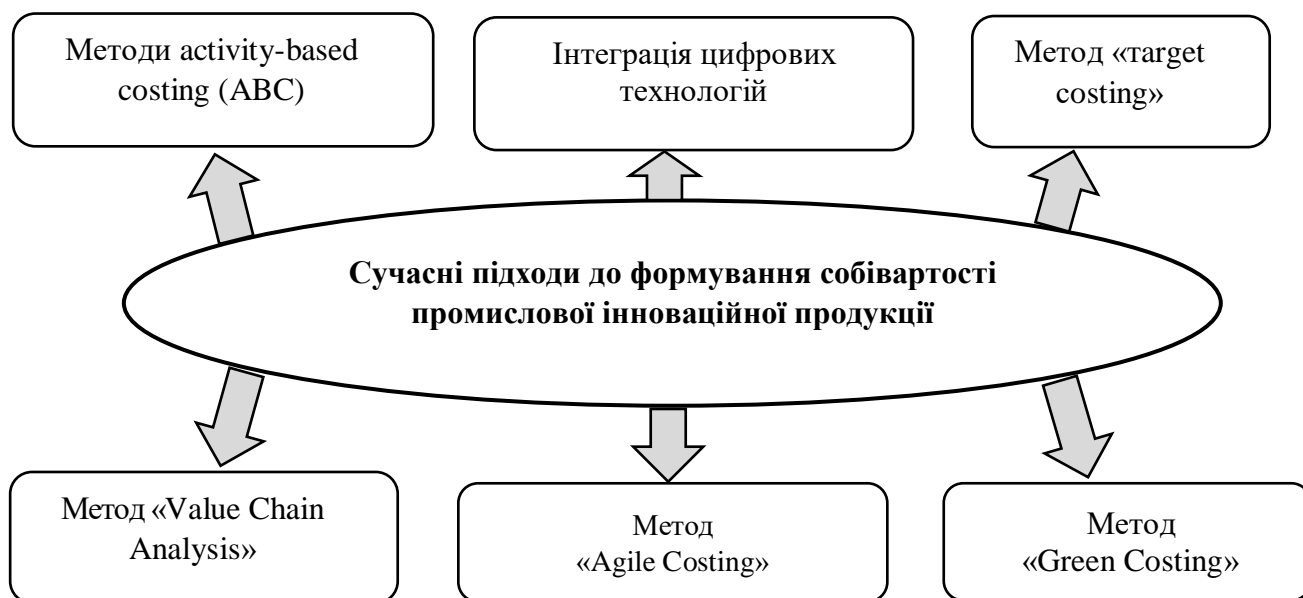


Рисунок 1 – Прогресивні методичні підходи до формування собівартості інноваційної продукції на промислових підприємствах

*Джерело: авторська розробка*

Використання методів Activity-Based Costing (ABC) передбачає розподіл витрат на основі конкретних видів діяльності (процесів), що дозволяє точніше

визначити внесок кожного етапу виробництва у загальну собівартість. Концепція формування собівартості промислової продукції ABC дозволяє виділити витрати, пов'язані з непродуктивними процесами, і оптимізувати їх.

Інтеграція цифрових технологій включає в себе ERP-системи (Enterprise Resource Planning), використання яких забезпечує автоматизацію розрахунку собівартості та контроль витрат у режимі реального часу. Використання штучного інтелекту та великих даних (Big Data) для прогнозування витрат і аналізу ефективності виробничих процесів.

Метод Target Costing (цільове ціноутворення) дозволяє здійснювати встановлення цільової собівартості, що забезпечує конкурентну ціну на ринку. При його використанні витрати проектуються відповідно до необхідного рівня ціни, що мотивує промислове підприємство до оптимізації витрат на всіх етапах виробництва продукції.

Ланцюговий аналіз витрат (Value Chain Analysis) зосереджує увагу на кожному етапі створення доданої вартості, від закупівлі сировини до доставки кінцевої продукції споживачеві. При цьому здійснюється оптимізація витрат на ключових ланках ланцюга створення вартості.

Екологічна орієнтація у формуванні собівартості (Green Costing) передбачає урахування екологічних факторів, таких як утилізація відходів, зменшення викидів та використання відновлювальних ресурсів. Цей підхід сприяє як зниженню витрат у довгостроковій перспективі, так і покращенню репутації підприємства.

Гнучке управління витратами (Agile Costing), які формують собівартість інноваційної продукції дозволяє активно здійснювати адаптацію витрат залежно від змін на ринку або специфіки замовлення. Використовується для малих партій продукції або індивідуальних замовлень, що є актуальним для інноваційних підприємств.

Переваги та ефективність використання нових підходів до формування собівартості інноваційної продукції проявляється в підвищенні точності розрахунку собівартості завдяки деталізації витрат; оптимізації ресурсів і

процесів, що сприяє зниженню загальних витрат; гнучкості і адаптивності до ринкових змін; підвищенню конкурентоспроможності продукції через обґрунтоване ціноутворення.

Розробка та впровадження нових підходів до формування собівартості промислової продукції дозволяють підприємствам підвищувати ефективність своєї діяльності, зменшувати витрати та зміцнювати свої позиції на конкурентному ринку. Інноваційні методи, такі як ABC, Target Costing, ERP-системи та екологічно орієнтоване планування, створюють основу для сталого розвитку підприємств у сучасних умовах.

На сучасному етапі розвитку економіки правильне розроблення цінової політики вимагає від підприємств ретельного аналізу всіх факторів впливу на ціну. Однак, на практиці підприємства приділяють недостатньо уваги вивченню факторів ціноутворення та недооцінюють важливість їх впливу на динаміку збуту. Саме тому дослідження факторів ціноутворення на підприємстві є актуальною темою. Існує значна кількість факторів, які впливають певною мірою на процес ціноутворення на підприємстві. Як правило, усі фактори впливу на формування цін поділяють на дві основні групи: зовнішні та внутрішні. Особливістю групи внутрішніх факторів ціноутворення є те, що вони можуть бути контрольованими підприємством. До внутрішніх факторів відносяться: поточні цілі підприємства, виробничі фактори, маркетингова стратегія підприємства, товарна політика, збутова політика, комунікаційна політика, вибір методу ціноутворення та ін. [1, 2, 5]. Чинники ціноутворення, які входять до групи зовнішніх факторів, не є контрольованими підприємством, але повинні обов'язково враховуватися під час встановлення цін. Зовнішні фактори поділяються на чинники мікросередовища (прямого впливу) та макросередовища (опосередкованого впливу). До факторів мікросередовища відносяться: тип ринку, попит, конкуренція і пропозиція. Фактори макросередовища включають: стан економіки, грошово-кредитну політику, податкову політику, політику державного регулювання цін та ін. [2, 6, 11]. В процесі розроблення цінової політики підприємства необхідно розглянути ціноутворення як процес, на який впливає велика кількість факторів. Тільки

урахування всіх зовнішніх і внутрішніх чинників впливу, а також дослідження їх природи дає можливість для впровадження ефективної політики ціноутворення на підприємстві. Таким чином, при розробленні комплексу заходів з удосконалення цінової стратегії дослідження впливу факторів макро- та мікросередовища підприємства є обов'язковою умовою [2, 3, 7, 10].

У табл. 1 представлено порівняльну характеристику методів ціноутворення, які рекомендуються до використання в сучасних умовах.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика методів ціноутворення

Критерії	Витратні методи	Ринкові методи ціноутворення	Параметричні методи
Загальна характеристика методу ціноутворення	Забезпечують покриття витрат підприємства й отримання цільового прибутку. Ціна, встановлена за витратним методом, є орієнтиром найнижчої межі ціни на продукцію	Забезпечують отримання обґрунтовано більшого прибутку шляхом вигідного співвідношення «цінність/ витрати», оцінки попиту та існуючих конкурентів. Основою ціни є сприйняття товару покупцем	Забезпечують урахування залежності між техніко-економічними параметрами виробу і ціною шляхом техніко-економічних порівнянь і розрахунків
Необхідні дані для визначення ціни	Змінні витрати на виробництво товару, середні постійні витрати, питомий прибуток	Попит, рівень конкуренції, кон'юнктура ринку, сприйняття цінності товару	Конструктивно-технічні параметри, параметричні дані, витрати на виробництво товарів
Переваги	Простота збору інформації і розрахунків, надійність інформації, доступність відомостей для розрахунку	Наявність урахування попиту, конкурентів та сприйняття товару покупцем	Наявність визначених параметричних якостей, урахування витрат та споживчих характеристик товару
Недоліки	Не враховуються стан конкуренції, кон'юнктура ринку, уподобання споживачів, а також попит і пропозиція	Можливі складності під час збору інформації, суб'єктивність думки	Практично неможливе застосування для розрахунку цін унікальних виробів, потребує проведення складних розрахунків
Сфера застосування	Застосовується під час ціноутворення на інноваційні вироби, на товари штучного виробництва, на продукцію монопольних виробників	Застосовуються для визначення остаточної роздрібною ціни на продукцію	Ціноутворення нових товарів залежно від зміни техніко-економічних параметрів, для цін серійних товарів, коли попит значно перевищує пропозицію
Найбільш відомі різновиди методу	Метод повних витрат, метод нормативних витрат, метод «середні витрати + прибуток», метод мінімальних витрат, метод доходу на капітал, метод беззбитковості та ін.	Методи з орієнтацією на покупців: на основі сприйняття цінності товару, метод з орієнтацією на попит. Методи з орієнтацією на конкурентів: слідування за ринковими цінами, слідування за лідером	Агрегатний метод, метод кореляційно-регресійного аналізу, метод питомої ціни та ін.

Джерело: складено авторами на основі [2]



Найпоширенішими методами ціноутворення є методи, які встановлюють ціну на основі витрат, однак такі методи є не зовсім ефективними та найчастіше доречні лише для встановлення нижчої відмітки ціни на продукт. Ринкові методи ціноутворення, навпаки, під час розрахунку ціни перш за все враховують попит, наявність конкурентів та відношення покупців до товару, що дає можливість установлювати більш ефективний рівень цін на будь-яку продукцію [2, с.106].

Розрахунок ціни на основі параметричних методів проводиться шляхом дослідження техніко-економічних характеристик товару, що дає змогу встановлювати більш високий рівень цін, однак такі методи застосовуються найчастіше для принципово нових та серійних товарів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Собівартість інноваційної продукції формується під впливом специфічних факторів, серед яких: витрати на дослідження і розробки (R&D), технологічне оснащення, рівень автоматизації виробництва, а також ринкові умови. Особливу увагу слід приділяти правильному розподілу витрат, пов'язаних із впровадженням інновацій. Ціна інноваційної продукції повинна бути економічно обґрунтованою, щоб забезпечити оптимальний баланс між рентабельністю підприємства і доступністю продукції для споживачів. Встановлення ціни залежить не лише від собівартості, але й від очікуваної доданої вартості, яку споживач отримує від інновації. Для зниження собівартості та підвищення ефективності інноваційних проектів доцільно застосовувати: сучасні методи управління витратами, такі як Activity-Based Costing (ABC); енергозберігаючі технології; скорочення непрямих витрат через автоматизацію управлінських процесів. Впровадження інноваційних підходів не лише знижує собівартість, але й сприяє створенню продукції з високою доданою вартістю. Це забезпечує підприємствам можливість виходу на нові ринки та покращення ринкових позицій. Для оцінки ефективності впровадження інноваційних проектів необхідно використовувати комплексні методи, які

включають аналіз витрат, прибутковості, ризиків і впливу інновацій на довгострокову конкурентоспроможність.

Розробка ефективної стратегії управління собівартістю і ціноутворенням інноваційної продукції передбачає інтеграцію фінансового та виробничого планування; регулярний аудит витрат на інновації; впровадження інструментів аналізу рентабельності інноваційних проектів.

Процеси формування собівартості і ціни інноваційної продукції є ключовими елементами економічної оцінки діяльності промислових підприємств. Впровадження сучасних підходів до управління витратами та ціноутворення дозволяє підвищити ефективність підприємства, забезпечити його стійкість на ринку та сприяти довгостроковому розвитку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Gabriel R., Ariovaldo G. (2006). Target and kaizen costing implementation in construction. URL: <https://www.researchgate.net/publication/237569619>
2. Ларка Л. С. Ціноутворення в системі економічного управління розвитком бізнесу [Електронний ресурс] / Л. С. Ларка, В. В. Павленко // *Приазовський економічний вісник : ел. наук. журн*, 2021. Вип. 2 (25). С. 104-107. URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2\\_25\\_ukr/21.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2_25_ukr/21.pdf)
3. Перерва П. Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. 93 с.
4. Kocziszky György, Pererva P. G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
5. Pererva P. G., Kocziszky G., Kobieliava T. O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
6. Старостіна А. О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика : підруч. Київ: Знання, 2009. 1070 с.
7. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // *9-th international scientific conference «Balance and Challenges»*. Miskolc-Lillafüred, 2015. S. 113–124.
8. Косенко А. П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А. П. Косенко, Д. Коциски, О. И. Маслак, П. Г. Перерва, Д. Сакай. Монография / Под ред. проф. Перервы П. Г., проф. Д. Коциски. Харьков-Мишкольц : НТУ «ХПИ», Мишкольц. техн. ун-т, 2009. 170 с.
9. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna. № 5.
10. 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.
11. 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.

#### REFERENCES:

1. Gabriel R., Ariovaldo G. (2006). Target and kaizen costing implementation in construction. URL: <https://www.researchgate.net/publication/237569619>

2. Larka L. S., Pavlenko V. V. Tsinoutvorenniya v systemi ekonomichnoho upravlinnya rozvytkom biznesu [Elektronnyy resurs] // *Pryazovskyy ekonomichnyy visnyk : el. nauk. zhurn.* 2021. Vyp. 2 (25). S. 104-107. URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2\\_25\\_ukr/21.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2_25_ukr/21.pdf)
3. Pererva P. G. Upravleniye sbytom promyshlennoy produktsii v sisteme marketinga. M.: NPO «Reklama, informatsiya, marketing», 1991. 93 s.
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
5. Pererva P. G., Kocziszky G., Kobieliya T. O., Veres Somosi M. (2019) Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
6. Starostina A. O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. K.: *Znannya*, 2009. 1070 s.
7. Kosenko O., Tkachov M., Pererva P. (2015) Economic problems of Intellectual Property // *9-th international scientific conference «Balance and Challenges»*. Miskolc-Lillafüred. 2015. S. 113–124.
8. Kosenko A. P. Ekonomicheskaya otsenka innovatsionnogo potentsiala / A. P. Kosenko, D. Kotsiski, O. I. Maslak, P. G. Pererva, D. Sakay. Monografiya / Pod red. prof. Perervy P. G. i prof. D. Kotsiski – Kharkov-Mishkolts : NTU «KHPI», Mishkolts. tekhn. un-t, 2009. 170 s.
9. Nagy S., Pererva P., Maslak M. (2018) Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // *MIND JOURNAL* // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna. № 5.
10. Tkachov M.M., Kobieliya T.O., Pererva P.G. (2016) Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Scientific bulletin of Polissia*. № 4 (8). P. 27–35.
11. 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.

*Надійшла до редакції 25 жовтня 2024 р*