

**ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

А.В. КОБЄЛЄВА

аспірант кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Аналіз процесу комерціалізації інноваційних продуктів на ринку обладнання для електротехніки та електроенергетики виявив його уповільнення через відсутність об'єктивних інструментів обґрунтування рішень у цьому процесі. Причини такого стану слід вбачати у відсутності детальної науково-методичної проробки процесів виробничо-комерційної діяльності цієї сфери економіки.

Аналіз специфіки галузі показує, що електротехнічні та електроенергетичні підприємства в сфері інноваційно-інтелектуальної діяльності мають суттєві особливості, які, на нашу думку, слід обов'язково враховувати при розробці планів по трансферу об'єктів інтелектуальної власності або їх комерціалізації. До цих особливостей в першу чергу рекомендується віднести наступне.

1. Електротехніка та електроенергетика - найскладніша система національної економіки, що складається з безлічі різних елементів (від генеруючих потужностей до приймальних пристроїв у споживачів, які пов'язані мережами складної топології), в якій технологічний збій в одній точці призводить до технологічного збою у виробництві або споживанні всього взаємопов'язаного національного комплексу та значних втрат на всіх рівнях економіки країни.

2. В електротехніці та електроенергетиці в єдиній системі задіяні гігантські потужності, тому до всіх продуктів на ринку обладнання для електротехніки та електроенергетики пред'являються підвищені вимоги надійності, безпеки, якості функціонування, а також впливу на навколишнє середовище та персонал, отже, велику роль набувають різних випробувань та сертифікації продуктів.

3. Електротехніці та електроенергетиці притаманні значні втрати при передачі енергії на великі відстані (до 30 %), що також висуває до інноваційних продуктів, які передбачається комерціалізувати відповідними підприємствами, підвищені вимоги.

4. Енергосистеми пов'язують генеруючі потужності з великою кількістю споживачів: у домашніх господарствах, у промисловості та сфері послуг, у соціальному секторі, в оборонному комплексі тощо, що призводить до необхідності організації чіткого контролю норм споживання та оплати енергії споживачами, втрат енергії, її споживання на власні потреби. Без застосування цифрових технологій такий контроль практично неможливий.

5. Формування підвищених вимог до електротехнічного та енергетичного обладнання призвело до появи та розвитку інноваційних ніш на цьому ринку. Найбільші електротехнічні та енергетичні підприємства України щорічно вкладають значні фінансові ресурси у розвиток інноваційної діяльності, виступають ініціаторами для відбору інновацій з метою їх комерціалізації.

6. Поява об'єктів інтелектуальної власності і створених на їх основі інновацій та розвиток ринку обладнання для електротехніки та електроенергетики визначається як розвитком самої електроенергетики, так і загальними тенденціями науково-технічного прогресу (приклад, впровадження в практику інноваційної діяльності цифрових технологій).

Ринкові механізми нині сприяють розвитку та впровадження нових інноваційних технологій, тобто виникає проблема комерціалізації інновацій, яка найбільше простежується в самих різних сегментах ринку продукції електротехніки та електроенергетики.

Ринок інновацій для електроенергетики в Україні вимагає збільшення кількості інноваційних пропозицій, що надходять на нього, незважаючи на те, що він тільки не так давно почав активно формуватися. Враховуючи, що життєвий цикл інновацій в електроенергетиці суттєво довший, ніж в інших галузях національної економіки (від півтора року і більше), формуються високі ризики для підприємств-інвесторів, які зумовлені тим, що на ринку за цей час може виникнути продукт-замінник інноваційного проекту (продукт-субститут), що інвестується.

Відсутність розроблених підходів до обґрунтування впровадження інноваційних рішень на ринку обладнання для електроенергетики, особливо на ранніх стадіях життєвого циклу інновації, обумовлює актуальність теми цього дослідження. Тільки багатофакторний аналіз усіх складових інноваційного проекту дозволить забезпечити його технічну реалізованість, економічну ефективність, задоволення вимог якості, надійності та соціальної значущості розробки, що є необхідною умовою успішного розвитку сучасної електротехніки та електроенергетики.

Проведений аналіз дозволив виявити, що в даний час на українських підприємствах інноваційного *оновлення* потреб близько 20 % номенклатурних позицій. Встановлено та обґрунтовано наступні проблеми розвитку інноваційної діяльності в електротехніці та електроенергетиці.

1. Має місце складність переходу інноваційних розробок на заключну стадію виробництва нової продукції, складність прогнозування ринкових показників інноваційних продуктів, складність залучення приватних інвестицій.

2. Також мають місце певні труднощі виведення інноваційного продукту на ринок через складність процесів прогнозування ринкових показників та комерційних потоків.

3. Знижується інвестиційна активність інвесторів в інноваційну діяльність у зв'язку із підвищенням інноваційних ризиків.

4. Спостерігається суттєве підвищення технологічних та економічних вимог до нових продуктів на електротехнічному ринку.

5. Має місце нагальна необхідність оновлення на сьогодні застарілих основних фондів відповідно до вимог проектів підвищення енергоефективності та зниження енерговитрат.

Загалом, можна стверджувати, що українській електроенергетиці вже зараз необхідно звертати більше уваги на інноваційні розробки. Це завдання є найбільш актуальним у період зниження інноваційної активності та секвестування витрат на інновації у зв'язку з кризовою ситуацією в країні.

Література

1. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
2. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
3. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Тovaжнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
4. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
5. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
6. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
7. Тovaжнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
8. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
9. Kosenko O.P., Kobieliyeva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

10. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
11. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
12. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
14. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
15. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
16. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
17. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
18. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.
20. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання IT-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.
21. Kosenko, A., Pererva, P. Technological market conjuncture: risk assessment commercialization of intellectual property//*Theory, Methodology, Practice*. 2014. Vol.10, No.1. 55-62.
22. Kosenko, O, Pererva, P., Tkachov, M. Compliance program of an industrial enterprise: the essence and content // *The Essence and Content. In Mérleg és Kihívások*” X. Nemzetközi Tudományos Konferencia, 2017. 87-93.