

ФОРМУВАННЯ НАПРЯМКІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

А.С.Євсєєв¹, П.Г.Перерва²

¹ *аспірант кафедри економіки бізнесу і МЕВ, НТУ «ХПІ», Харків, Україна*

² *професор кафедри економіки бізнесу і МЕВ, доктор. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна
pgpererva@gmail.com*

Формування напрямків комерціалізації інновацій – це стратегічний процес, який передбачає перетворення наукових і технологічних розробок на продукти, послуги або бізнес-моделі, що можуть бути комерційно успішними. Цей процес включає декілька етапів і підходів, які можуть бути використані в різних галузях [1-12]. Нами проведено дослідження кожного з них та виявлено перспективи найбільш раціонального використання в умовах промислового виробництва.

Напрямок №1. Ліцензування технологій. Ліцензування – це один із найбільш поширених методів комерціалізації. Воно передбачає передачу прав на використання технології або патенту іншій компанії в обмін на ліцензійні платежі або роялті. Ліцензія може бути ексклюзивною або неексклюзивною, що дозволяє інноваціям бути впровадженими на ширшому ринку.

Напрямок №2. Створення спін-офф компаній. Створення спін-офф або стартап-компаній є іншим шляхом комерціалізації інновацій. Науково-дослідні установи, університети або великі корпорації можуть створювати нові підприємства на основі певної технології, щоб просувати інновації на ринок. Такий підхід дозволяє новій компанії сфокусуватися на розвитку конкретного продукту чи послуги.

Напрямок №3. Прямий продаж інновацій або патентів. Компанії можуть вирішити продати свої розробки або патенти іншим компаніям, які здатні більш ефективно використовувати ці технології у своїй діяльності. Це підходить у випадках, коли власник технології не має ресурсів або бажання самостійно впроваджувати її на ринок.

Напрямок №4. Інвестування та венчурне фінансування. Залучення венчурного капіталу або стратегічних інвесторів є важливим напрямком комерціалізації для стартапів. Інвестори допомагають забезпечити фінансування, необхідне для розвитку та масштабування інноваційних продуктів, що дозволяє прискорити вихід на ринок.

Напрямок №5. Партнерські відносини та альянси. Стратегічні альянси та партнерства з іншими компаніями можуть сприяти комерціалізації. Наприклад, одна компанія може мати технологічні ноу-хау, але не мати достатніх ресурсів для виробництва або маркетингу, тоді як інша компанія може забезпечити ці елементи.

Напрямок №6. Франчайзинг. Цей напрямок особливо актуальний для інновацій у сфері бізнес-моделей або послуг. Франчайзинг дозволяє поширювати інноваційну модель шляхом надання дозволу іншим підприємцям використовувати її в обмін на роялті та інші вигоди.

Напрямок №7. Краудфандинг та попередні продажі. Інноваційні компанії також можуть використовувати платформи краудфандингу для залучення фінансування від широкої аудиторії. Це дозволяє не лише отримати необхідні кошти для виробництва, але й перевірити попит на продукт до його повного запуску.

Напрямок №8. Стратегічна трансфер технологій. Це підхід, коли компанія або дослідницька організація передає свої технології для комерційного використання на інші ринки або регіони. Такий трансфер дозволяє швидше впровадити інновацію в нові географічні зони чи індустрії.

Напрямок №9. Розвиток бізнес-моделей на основі інновацій. Інновації можуть стати основою для розробки нових бізнес-моделей, які використовують новітні технології. Наприклад, розвиток моделей передплати, коли клієнти платять щомісячні платежі за користування інноваційним продуктом або послугою, став можливим завдяки розвитку хмарних технологій.

Напрямок №10. Залучення державної підтримки та грантів. Державні програми підтримки інновацій та гранти можуть допомогти стартапам та дослідницьким проектам отримати фінансування для комерціалізації своїх розробок. Це особливо важливо для компаній, що працюють у сферах з високими стартовими витратами, як-от біотехнології або енергетика.

Таким чином, успішна комерціалізація інновацій залежить від обрання правильного напрямку та стратегії, що найкраще підходять до конкретної технології та ринкових умов. Кожен з цих напрямків має свої переваги та обмеження, і їх можна комбінувати залежно від бізнес-цілей.

Список літератури:

1. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
2. *Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M.* (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
3. Compliance program: [tutorial] / P.G. Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. Kharkov; Miskolc: NTU "KhPI", 2019. 689 p.
4. *Перерва П.Г.* Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. проф. Перерви П.Г., проф. Гавриць О.М., проф. Погорєлова М.І. – Харків : НТУ «ХПІ», 2004. – 640 с.
5. *Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliiev V.M., Pererva P.G.* (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
6. *Перерва П.Г.* Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О.А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461-518.
7. *Перерва П.Г.* Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П. Г. Перерва; за ред. П.Г. Перерви, С.А. Меховича, М.І. Погорєлова. Харків : НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.
8. *Перерва П.Г., Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М.* Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємництва // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.
9. *Кобелева Т. О.* Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Прінт, 2020. 354с.
10. *Nagy S., Sikorska M., Pererva P.* (2018) Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21-22.
11. *Перерва П. Г., Побережна Н. М.* Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 2. С. 191-198.
12. *Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G.* (2017) Compliance service at guest services enterprises // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 389-391.