

ЄВССЄВ АНДРІЙ, аспірант

Науковий керівник - **ПЕРЕРВА ПЕТРО**, д.е.н., професор

Національний технічний університет «ХПІ», м. Харків

АНАЛІЗ ВИТРАТ НА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЮ ІННОВАЦІЙ

Аналіз витрат на комерціалізацію інновацій є одним із ключових етапів економічної оцінки інноваційного проекту, оскільки дозволяє визначити всі можливі фінансові ресурси, необхідні для успішного впровадження інноваційного продукту або послуги на ринок [1-12]. Правильний аналіз витрат дозволяє зменшити фінансові ризики, оцінити рентабельність проекту та ефективно розподілити ресурси. Нами виявлено та обґрунтовано основні складові аналізу витрат на комерціалізацію інновацій [2, 4, 7, 11].

1. Витрати на дослідження та розробки (R&D). Комерціалізація інновацій починається з витрат на науково-дослідні роботи та розробку. Витрати на R&D включають:

- зарплати інженерів, науковців, дизайнерів та інших спеціалістів, залучених до розробки інноваційного продукту або технології;
- капітальні витрати на обладнання та лабораторії, необхідні для проведення досліджень та тестування;
- витрати на матеріали та компоненти, що використовуються під час створення прототипів або розробки нових продуктів;
- витрати на ліцензування технологій або придбання необхідних патентів і прав на використання існуючих рішень.

2. Виробничі витрати. Якщо інноваційний продукт готовий до впровадження на ринок, виникають витрати, пов'язані з його виробництвом. Виробничі витрати можуть включати:

- закупівлю сировини та компонентів, необхідних для виробництва інноваційного продукту;
- операційні витрати на виробництво, такі як оплата праці працівників, амортизація обладнання, енергія та інші ресурси;
- витрати на встановлення нових виробничих ліній або модернізацію існуючих, якщо технологія вимагає спеціальних умов для її впровадження;
- логістичні витрати, пов'язані з доставкою матеріалів та компонентів для виробництва, а також з транспортуванням готової продукції.

3. Маркетингові витрати. Для успішної комерціалізації інновацій необхідна грамотна маркетингова стратегія, яка дозволить презентувати новий продукт споживачам. До маркетингових витрат відносяться:

- дослідження ринку – аналіз попиту, оцінка конкурентів, визначення цільової аудиторії;
- розробка та впровадження маркетингової кампанії – витрати на рекламу (онлайн та офлайн), просування в соціальних мережах, створення бренду та презентацій;
- витрати на PR-кампанії та залучення клієнтів на ранніх етапах через участь у виставках, конференціях або спеціальних подіях.



4. *Витрати на управління та персонал.* Для успішної реалізації інноваційного проекту необхідно правильно організувати управлінські процеси та залучити кваліфікованих спеціалістів. До витрат цієї категорії належать:

- зарплати управлінців, проектних менеджерів та спеціалістів з комерціалізації, які відповідають за впровадження інновацій та їх вихід на ринок;
- витрати на навчання персоналу щодо нових технологій або процесів, необхідних для підтримки інноваційного продукту;
- операційні витрати на організацію роботи, включаючи офісні витрати, іт-підтримку та адміністративні послуги.

5. *Витрати на інтелектуальну власність.* Захист інновацій є важливим етапом комерціалізації, тому витрати на інтелектуальну власність займають особливе місце. До цієї категорії належать:

- витрати на патентування інноваційного продукту або технології, включаючи юридичні послуги, подання заявок та супроводження патентних процесів;
- витрати на захист авторських прав і торгових марок для уникнення копіювання та піратства;
- ліцензійні платежі, якщо підприємство використовує запатентовані технології або елементи, що належать іншим компаніям.

6. *Регуляторні та сертифікаційні витрати.* Якщо продукт або технологія підлягають регулюванню чи потребують сертифікації (наприклад, у фармацевтичній або харчовій промисловості), необхідно врахувати витрати на:

- проходження сертифікаційних процедур;
- витрати на відповідність нормам і стандартам, встановленим національними або міжнародними регуляторами;
- юридичний супровід процесу регулювання, зокрема отримання дозволів на ринок.

7. *Витрати на обслуговування та підтримку продукту.* Після виходу інноваційного продукту на ринок необхідно забезпечити його підтримку, що включає:

- технічне обслуговування та оновлення продукту;
- витрати на сервісну підтримку клієнтів, включаючи кол-центри та технічну допомогу;
- витрати на гарантійне обслуговування або післяпродажну підтримку, що включає заміну та ремонт продукції.

8. *Непередбачені витрати та резерви.* Важливо передбачити резервний фонд для покриття непередбачених витрат, що можуть виникнути під час процесу комерціалізації, таких як технічні неполадки та відмови обладнання, затримки у виробництві або зміни у законодавстві.

Аналіз витрат на комерціалізацію інновацій є критично важливим для забезпечення успіху інноваційного проекту. Він дозволяє визначити загальну суму інвестицій, які необхідні для виведення продукту на ринок, і допомагає мінімізувати ризики невдачі. Ретельне планування всіх видів витрат допомагає



підприємствам розробити ефективну стратегію управління фінансами і підвищити рентабельність інновацій.

Список використаних джерел:

1. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
2. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. 689 p
3. Pererva P.G., Kobieliava T.O., Shaulska L.V. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management opportunities // *Економічний журнал Одеського політехн. університету*. 2023. № 1(23). С. 43-50.
4. 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-Принт, 2019. 1002 с.
5. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політика на підприємствах туристичної індустрії // *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон. науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47 (1323). С. 114-120.
6. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон. науки) зб. наук. пр.* Харків: НТУ «ХПІ», 2018. № 48 (1324). С. 121-127.
7. Перерва П.Г., Побережна Н.М. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2.- С. 191-198.
8. Перерва П.Г., Ткачова Н.П., Шаульська Л.В. Рефлексивне управління підприємствами в умовах діджиталізації бізнес-процесів в промисловій та аграрній сферах // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. Харків: 1 (191). 2024. С. 87-101.
9. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p
10. 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.
11. 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.
12. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків : НТУ "ХПІ". 2015. № 60 (1169). С. 50-54.

