

О.А. Біловодська, д.е.н., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну

СУТНІСТЬ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Комерціалізація – важливий елемент інноваційного процесу. Адже це результат перетворення інтелектуальних розробок в нову продукцію, яка може зацікавити потенційних споживачів.

В Україні для удосконалення організації використання результатів наукових праць і розробок прийнятий ряд законів щодо інноваційної діяльності, у тому числі закон України «Про інноваційну діяльність». Згідно з цим законом, мета інноваційної діяльності - перетворення досягнень науково-технічного прогресу на виробництво й соціальну сферу [1].

Вивчення комерціалізації користується великою популярністю серед зарубіжних і вітчизняних вчених [2].

Згідно із думкою Ніла Маклур, інноваційний процес виглядає наступним чином [3].



Рисунок 1. Інноваційний процес згідно з Н. Маклуром

Згідно з твердженням Ніла Маклур комерціалізацію інноваційної продукції доцільно проводити лише після того, як буде відповідь на наступні три запитання

[3]:

1) коли? Тобто терміни, протягом яких компанія хоче вивести інноваційну продукцію на ринок;

2) де? Тобто місце та аудиторія, для якої планується представлення продукції;

3) кому? Визначається невелика група споживачів, які будуть виступати у ролі експертів. Вони будуть проводити тестування нової продукції.

На думку автора, під комерціалізацією інноваційної продукції слід розуміти процеси реалізації інноваційних товарів, технологій, послуг тощо, які базуються на застосуванні ефективних нових та/або існуючих комунікаційних інструментів, системи й структури розподілу, що приносять економічний та/або соціальний ефект.

Для ефективної комерціалізації інноваційної продукції необхідні: 1) створення в структурі підприємства відділу, який має сучасне інформаційне забезпечення; 2) підвищення кваліфікації співробітників підприємства; 3) контроль над використанням інтелектуальної власності на підприємстві; 4) вдосконалення виробничих процесів; 5) ефективна система маркетингу і збуту, постійне виявлення нових потреб споживачів; 6) ефективний механізм передачі технологій.

Отже, саме завдяки комерціалізації звичайний задум майбутнього товару перетворюється у перспективний та прибутковий товар, який зможе задовольнити потреби та бажання споживачів.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 04.07.2002 р. зі змінами та доповненнями. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

2. Мельник Ю.М., Сагер Л.Ю., Сигида Л.О. Комерціалізація інноваційної продукції: сутність та етапи. Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. Суми : ФОП Ткачов, 2018. С. 116-124. URL :

https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/70723/1/Melnyk_Syhyda_Syhyda.pdf

3. Maclure N. Product Commercialization. Australia, Sidney 2011. URL : <http://www.slideshare.net/nmaclure/product-commercialization>