

УПРАВЛІННЯ ВИБОРОМ СТРАТЕГІЙ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

Ілляшенко С.М.

Сумський державний університет, м. Суми, Україна:

Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща

Виконано аналіз особливостей реалізації двох стратегічних підходів до комерціалізації інноваційної продукції: у вигляді об'єктів інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, ноу-хау тощо); у вигляді нових продуктів (виробів чи послуг) та (чи) технологій їх виготовлення (надання). Показано, що у межах зазначених стратегічних підходів можна виділити різні варіанти їх реалізації. Виділення варіантів виконано за ступенем радикалізації інноваційних розробок, а також стадіями інноваційного і життєвого циклу створених на їх основі продуктів [1, С. 79-86]. Кожному з варіантів поставлено у відповідність інноваційну стратегію, що її реалізує підприємство-інноватор.

Розроблено і науково обґрунтовано рекомендації щодо вибору конкретних варіантів інноваційних стратегій (табл. 1), який запропоновано виконувати за результатами аналізу та оцінки складових підсистем потенціалу інноваційного розвитку (ПР) підприємства-інноватора за відомою методикою [2, С. 52-73]. Оцінка 0 свідчить про недостатній рівень відповідної складової, 1 – про достатній. Курсивом виділені стратегії, які передбачають комерціалізацію об'єктів інтелектуальної власності.

Таблиця 1 - Таблиця рішень для вибору інноваційних стратегій підприємства

Підприємства-інноватори	Оцінка складових ПР підприємства: ринкового, інтелектуального, виробничо-збутового потенціалів					
	1, 1, 1	1, 1, 0	1, 0, 1	0, 1, 1	1, 0, 0	0, 1, 0
Великі і середні	Наступальна		Імітаційна, Захисна	Захисна		
Малі	Нішера	<i>Імітаційна, Ліцензування</i>		Нішера	Імітаційна	<i>Ліцензування</i>

Запропоновані рекомендації надають можливість цілеспрямовано і за формальними процедурами здійснювати обґрунтований вибір стратегій комерціалізації інновацій підприємства (в межах зазначених вище двох стратегічних підходів), враховуючи при цьому характеристики підприємства-інноватора і умови зовнішнього середовища. За рахунок цього зменшується ризик прийняття неадекватних управлінських рішень і зростають шанси на успіх інноваційної діяльності.

1. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми: ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.

2. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія / за ред. к.е.н., доцента Ю.С. Шипуліної. – Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2012. – 458 с.

Ілляшенко С.М. Управління вибором стратегій комерціалізації інновацій / С.М. Ілляшен-ко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2019, 15-17 травня 2019 р.: у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХП». – С. 171.