

**Ілляшенко С.М., д.е.н., професор,**  
*завідувач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю*  
*Сумського державного університету,*  
*м. Суми, Україна;*  
*завідувач кафедри маркетингу*  
*Економіко-гуманітарного університету,*  
*м. Бельсько-Бяла, Польща*  
[illiashenko.s@gmail.com](mailto:illiashenko.s@gmail.com)

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ**

Прискорення темпів НТП, спричинене ним скорочення життєвого циклу продукції, технологічні інновації у процесах її виробництва і збуту тощо приводять до різкого загострення конкуренції товаровиробників на національному та світових ринках та потребують від них формування і реалізації додаткових конкурентних переваг. Наявний досвід переконливо свідчить, що однією з них є ефективна система комерціалізації інновацій підприємств та установ. Вітчизняні товаровиробники, навіть маючи в своєму портфелі інноваційні продукти та технології їх виготовлення найвищого рівня якості, часто поступаються зарубіжним конкурентам саме через неспроможність їх комерціалізувати.

Існуючі вітчизняні напрацювання з цієї проблематики характеризуються фрагментарністю, а застосування розробок іноземних авторів без відповідної адаптації є проблематичним. Специфічні риси економіки України вимагають розроблення оригінального (проте такого, що ураховує зарубіжний досвід), адаптованого до вітчизняних умов, організаційно-економічного механізму управління комерціалізацією інноваційної продукції.

З цих позицій актуалізується проблема розроблення методологічних засад формування зазначеного механізму, розроблення загальних підходів до її розв'язання є метою даного дослідження.

Враховуючи викладене розроблено укрупнений алгоритм формування зазначеного механізму, який включає такі етапи:

- дослідження організаційно-економічних передумов удосконалення системи управління комерціалізацією інновацій з позицій підвищення ефективності переходу вітчизняних підприємств та установ на шлях інноваційного розвитку;
- системний аналіз і узагальнення розробок зарубіжних авторів з питань управління комерціалізацією інноваційної продукції;
- уточнення ролі і місця управління процесами просування та збуту інноваційної продукції в системі комерціалізації інновацій зокрема і управління інноваційним розвитком господарюючих суб'єктів взагалі;

- критичний аналіз і систематизація сучасних підходів до управління комерціалізацією інновацій на різних рівнях узагальнення: державному, регіональному, галузевому, окремих підприємств та установ;

- розроблення і наукове обґрунтування методологічних і теоретико-методичних засад управління інструментами просування та збуту інноваційної продукції з урахуванням сукупної дії факторів зовнішнього макро- і мікросередовища та рівня комунікаційного і логістичного потенціалу підприємств та установ, що допоможе реалізувати їх стратегічні напрямки інноваційного розвитку;

- розроблення і наукове обґрунтування методологічних і теоретико-методичних засад формування організаційно-економічного механізму управління комерціалізацією інноваційної продукції на рівні держави, галузі, окремого підприємства чи установи, який би сприяв підвищенню ефективності комерціалізації інноваційних продуктів, дозволяв зменшити комерційні ризики, забезпечував конкурентні переваги і посилення ринкових позицій вітчизняних товаровиробників.

Формування зазначеного механізму є вкрай необхідним з огляду на нерозвиненість (а фактично – відсутність) національної інноваційної системи України [1], що є основним стримуючим фактором переходу вітчизняної економіки на інноваційний шлях розвитку. Особливо це стосується промисловості, як провідної галузі, яка визначає темпи НТП практично в усіх галузях національної економіки, забезпечує економічну незалежність та входження на рівних у світове співтовариство економічно-розвинених країн. Відповідно, організаційно-економічний механізм управління на ринкових засадах комерціалізацією інноваційної продукції вітчизняних підприємств та установ слід розглядати як складову інноваційно-сприятливого середовища на різних рівнях узагальнення.

З іншого боку – він є важливою складовою системи маркетингового забезпечення інноваційної діяльності, зокрема, сприяє практичній реалізації виробничо-збутового потенціалу підприємств та установ в частині комерціалізації їх інноваційних розробок [2, 3]. З цих позицій, необхідним є тісна його взаємодія з іншою складовою маркетингового забезпечення інновацій – системою маркетингових досліджень, яка дозволяє окреслити перспективні напрями інноваційної діяльності конкретного підприємства чи установи, які з високою імовірністю забезпечать відповідність їх потенціалу інноваційного розвитку умовам зовнішнього мікро- і макросередовища (з урахуванням тенденцій їх розвитку). А це, в свою чергу, дозволить сформувати відносні конкурентні переваги, підвищить їх конкурентоспроможність, створить умови їх стійкого економічного зростання.

Системний аналіз та узагальнення літературних джерел та практики господарювання (як вітчизняної, так і зарубіжної) переконливо доводить, що слід урахувати також інший аспект формування та стимулювання розвитку інноваційної системи на рівні окремих підприємств та установ. Зважаючи на результати сучасних досліджень щодо формування передумов активізації інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств [4, 5] необхідним

є формування інноваційно-сприятливого середовища на рівні окремого підприємства. Світова практика свідчить, що лише опора на інновації уможливує подолання розриву з економічно-розвиненими країнами, який вже загрожує стати системним – через несумісність техніки, технологій, стандартів якості життя тощо. Основу інноваційно-сприятливого середовища повинні складати інноваційна культура підприємства - як механізм соціокультурного регулювання інноваційної поведінки його персоналу, а також механізм управління комерціалізацією його інноваційної продукції, який забезпечує результативність інноваційної діяльності. Таким чином, постає завдання розроблення схеми взаємодії окреслених складових інноваційно-сприятливого середовища підприємства.

Відповідно до викладеного слід формувати принципи створення і функціонування, визначати функції, структуру і основні підсистеми та елементи організаційно-економічного механізму ринково-орієнтованого управління комерціалізацією інноваційної продукції підприємств та установ, розробляти організаційні та практичні аспекти його впровадження і функціонування.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення і наукове обґрунтування інструментів і методів реалізації функцій зазначеного механізму, а також процедур забезпечення їх взаємоузгодженої взаємодії. Доцільним також є їх практична апробація на вітчизняних промислових підприємствах і внесення відповідних коректив, які дозволять забезпечити ефективне формування і функціонування цього механізму.

### Список літератури

1. Ільяшенко Н.С. Развитие национальной инновационной системы Украины как перспектива выхода на мировой рынок / Н.С. Ільяшенко, Е.А. Мицура // Актуальні проблеми економіки, 2013. – №5 (143). – С. 83-94.
2. Ілляшенко Н.С. Впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств / Н.С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – №1. – С. 28-33.
3. Шипуліна, Ю.С. Оцінка достатності виробничо-збутового потенціалу суб'єктів господарювання для інноваційного розвитку / Ю.С. Шипуліна // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. - 2004. - №9 (68). - С. 157-165.
4. Шипуліна Ю.С. Управління розвитком інноваційної культури промислових підприємств: монографія / Ю.С. Шипуліна. – Суми: ТОВ «Триторія», 2017. – 432 с.
5. Олефіренко О.М. Управління комерціалізацією інновацій промислових підприємств: аспекти збутової політики / О.М. Олефіренко. – Суми: Триторія, 2017 – 504 с.

Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (№ ДР 0118U003572).

Ілляшенко С.М. Методологічні засади формування механізму управління комерціалізацією інновацій в системі інноваційного розвитку підприємств та установ / С.М. Ілляшенко // Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз : Зб. мат.-лів всеукр. наук.-практ. конф., Дніпро, 26-27 квіт. 2018 р. – В 2-х томах. – Т. 2. / Нац. метал. академія України. – 2018. – С. 12-15.