

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

DOI: 10.35774/econa2022.03.016

JEL classification: M31

UDC: 330.341.1(477):330.526.33

Ірина АНДРУШКІВ

кандидат економічних наук, доцент кафедри адміністративного і фінансового менеджменту,
Інститут адміністрування та післядипломної освіти,
Національний університет «Львівська політехніка»,
науковий співробітник сектору транскордонного співробітництва,
ДУ «Інститут регіональних досліджень» імені М. І. Долишнього НАН УКРАЇНИ, Україна
E-mail: iraan@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-4237-9931
Researcher ID: GNH-1619-2022

Уляна РАТИЧ

аспірант, кафедра адміністративного і фінансового менеджменту,
Національний університет «Львівська політехніка», Україна
E-mail: translationlviv@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-2646-6581
Researcher ID: GNP-2200-2022

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СТРАТЕГІЧНО ВАЖЛИВИЙ ПРОЦЕС ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА СУБ'ЄКТІВ ЇЇ ГОСПОДАРЮВАННЯ

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено теоретичні підходи науковців до визначення поняття «комерціалізація інновацій» окремими вченими та дослідниками. Встановлено, що у науковій літературі єдиного підходу щодо тлумачення поняття «комерціалізація інновацій» ще не сформовано, тому ця проблема своєї актуальності не втратила й на сьогодні потребує дослідження та узагальнення. Підкреслено факт, що комерціалізація інноваційної продукції є одним з найважливіших етапів інноваційної діяльності, адже саме завдяки грамотній комерціалізації інновації потрапляють на ринок. Наголошено, що комерціалізація інновацій виступає важливим «посередником» між науково – технічною розробкою й об'єктом купівлі продажу та являється дієвим важелем завдяки якому новостворена інноваційна розробка приносить прибуток. Отже, комерціалізація інновацій є своєрідною посередницькою діяльністю, яка сполучає науково-технічну та комерційну діяльності. Незважаючи на те, що комерціалізація інноваційної продукції є складним та трудомістким процесом, проте основною її перевагою є той факт, що вона приносить значні прибутки підприємству та вдосконалює його конкурентні можливості. На підставі проаналізованих праць виділено фактори, які безпосередньо впливають на комерціалізацію інновацій, а саме: фактори безпосереднього впливу (законодавчі зміни; зміни які виникли у податковій чи бюджетній системах; зростання корупції тощо); опосередковані фактори (загострення політичної чи військової ситуацій; екологічні та стихійні лиха тощо). На підставі проведеного дослідження стверджено наступне: комерціалізація інновацій є найважливішим елементом інноваційного процесу, оскільки вона представляє собою процес перетворення результатів науково-технічної діяльності на товар і подальшу їхню ефективну реалізацію в промислових масштабах. Встановлено, що комерціалізація виступає у формі своєрідної посередницької діяльності, що сполучає науково-технічну та комерційну діяльності й забезпечує розвиток ринкових відносин і як каталізатор відображає їх стан. Зроблено висновок, що попри суттєві ускладнення вітчизняного економічного розвитку комерціалізація інновацій здатна забезпечити окреслені завдання щодо курсу України на участь у висококонкурентному середовищі Європейського Союзу та інших країн світу.

© Ірина Андрушків, Уляна Ратич, 2022

Отримано: 03.08.2022 р.

Рекомендовано до друку: 30.09.2022 р.

Опубліковано: 14.10.2022 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати: Андрушків І., Ратич У. Комерціалізація інноваційної діяльності як стратегічно важливий процес для економіки України та суб'єктів її господарювання. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 3. С. 16-21. DOI: 10.35774/econa2022.03.016

Ключові слова: комерціалізація інновацій; інноваційна діяльність; інноваційна продукція; посередницька діяльність; інноваційний процес; ринкові відносини; прибуток; підприємство.

Вступ

В умовах ринкової економіки, яка базується на засадах конкуренції, пріоритетним чинником розвитку та виведення країни з економічної кризи стає її готовність до інноваційних змін та поширення інноваційної діяльності, які є невід'ємним фактором як соціального, так і економічного розвитку.

Особливу увагу варто приділяти комерціалізації інновацій, оскільки вони є фундаментальною умовою розвитку як мікро-, так і макроекономічних аспектів у контексті їх впливу на економічний розвиток країни.

Комерціалізація інновацій має стратегічне значення для економіки України та суб'єктів її господарювання, який забезпечує конкурентоспроможність та інтенсивність соціально-економічного розвитку в сучасних умовах. Питання комерціалізації інноваційної діяльності, як стратегічно важливого процесу для економіки України та суб'єктів її господарювання досліджують багато іменитих вчених, серед яких: Т. Л. Бойко, М. П. Бутко, О. В. Попело, С. В. Ванько, Л. Д. Глущенко, А. Полторацька, Т. Стовба, А. Г. Черномазюк, Ю. В. Якимець, Й. А. Шумпетер, М. О. Цибинога, О. В. Старкова, Л. А. Гнучих.

Мета статті

Більшість досліджень у цій сфері мають науковий характер, присвячені невеликій групі проблем. В той самий час, не до кінця дослідженими лишається питання щодо комерціалізації інновацій як одного з найважливіших елементів інноваційного процесу, оскільки вона представляє собою процес перетворення результатів науково-технічної діяльності на товар і подальшу їхню ефективну реалізацію в промислових масштабах. Недостатнє висвітлення окреслених питань визначає актуальність обраної теми дослідження. Дане дослідження присвячене розгляду комерціалізації інновацій як процесу, який пов'язаний із практичним використанням результатів наукових досліджень і розробок з метою виведення на ринок нових або поліпшених продуктів, послуг або процесів з отриманням комерційного ефекту

Методологія дослідження

В основу досліджень роботи покладені як загальнонаукові (аналіз, спостереження), так і спеціальні методи пізнання, що використовуються для дослідження процесу комерціалізації інноваційної діяльності, як стратегічно важливий процес для економіки України та суб'єктів її господарювання

Виклад основного результату дослідження

Створення нових конкурентоспроможних продуктів і послуг, ефективне використання досягнень науки і техніки у період загострення кризових явищ у вітчизняній економіці набуває все більшої актуальності, адже саме комерціалізація результатів науково-технічної діяльності дозволить активізувати підприємницьке середовище у вітчизняній економіці та сприятиме загальноекономічному піднесенню країни та суб'єктів господарювання. Тобто комерціалізація інновацій виступає важливим «посередником» між науково – технічною розробкою й об'єктом купівлі продажу та являється дієвим важелем завдяки якому новостворена інноваційна розробка приносить прибуток. Отже, комерціалізація інновацій є своєрідною посередницькою діяльністю, яка сполучає науково-технічну та комерційну діяльності.

У науковій літературі єдиного підходу щодо тлумачення поняття «комерціалізація інновацій» ще не сформовано, тому ця проблема своєї актуальності не втратила й на сьогодні потребує дослідження та узагальнення.

У таблиці 1. нами наведено визначення даного поняття окремими вченими та дослідниками (табл. 1).

Систематизація наукових досліджень та публікацій дозволила нам дійти висновку стосовно того, що термін «комерціалізація інноваційної діяльності» доцільно визначити як складну економіко-правову категорію, що означає процеси організації та здійснення передачі об'єктів інтелектуальної власності, результатів інноваційної діяльності у реальний сектор економіки на договірній основі [6, с. 10].

Таблиця 1. Теоретичні підходи до визначення поняття «комерціалізація інновацій» окремими вченими та дослідниками

Автор	Визначення поняття “ Комерціалізація інновацій”	Джерело
Глуценко Л. Д.	Комерціалізація інновацій – обов'язкове комерційне використання інформації про технології, тобто використання з обов'язковим отриманням вигоди.	1
Ванько С. В.	Комерціалізація інновацій – процес та сукупність дій, спрямованих на трансформацію наукових досягнень, в ході інноваційної діяльності в реально нові товари та послуги в ринковому просторі, що об'єднує матеріальне виробництво і соціальну сферу. Подання комерціалізації у вигляді процесу передбачає не тільки трансформацію результатів інноваційної діяльності у відповідні товари та послуги, а й своєчасність цих дій, тобто перспективність їх затребуваності суспільством.	2
Цибинюга М. О., Старкова О. В., Гнучих Л. А.	Процес комерціалізації – комплекс організаційно економічних заходів, спрямованих на отримання прибутку від ринкової реалізації наявних знань у певній сфері науки і техніки.	3
Бойко Т. Л.	Комерціалізація інновацій – сукупність дій з реалізації результатів науково технічної діяльності з метою отримання прибутку.	4
Шумпетер Й. А.	Комерціалізацію всіх нових комбінацій, що ґрунтуються на: застосуванні нових матеріалів і компонентів; упровадженні нових процесів; відкритті нових ринків; запровадженні нових організаційних форм (так звані управлінські інновації)	5

Джерело: складено на основі [1, с. 32-34; 2, с. 72-76; 3, с. 273-276; 4, с. 44-46; 5, с. 241-248].

Доцільно зазначити, що у сучасному економічному просторі комерціалізацію інновацій визначають як процес, який пов'язаний із практичним використанням результатів наукових досліджень і розробок з метою виведення на ринок нових або поліпшених продуктів, послуг або процесів з отриманням комерційного ефекту.

Як правило, комерціалізація починається там, де наукові дослідження в основному вже завершені та вже є готовий певний продукт або послуга, які мають свої властивості та переваги, що є цінними для комерційних споживачів. Закінчується комерціалізація тоді, коли продукт вже успішно виведено на ринок – у загальному випадку, коли досягнута точка беззбитковості, тобто дохід від продажів перевищує операційні витрати [4, с. 45-47].

Також комерціалізація являється базовою умовою успішного впровадження результатів інноваційної діяльності високотехнологічних підприємств в будь – якій країні, навіть не зважаючи на рівень розвитку економіки. Отже, з вище наведеного випливає, що

комерціалізація є своєрідним поштовхом для розвитку економіки.

Також доцільно зазначити і той факт, що комерціалізація виступає важливим «посередником» між науково- технічною розробкою й об'єктом купівлі продажу та являється дієвим важелем, завдяки якому новостворена інноваційна розробка приносить прибуток.

Комерціалізація інновацій являє собою процес залучення об'єктів інтелектуальної (інноваційної) діяльності в економічний оборот, тобто використання нематеріальних (матеріальних) активів у господарській діяльності підприємств.

Процес комерціалізації передбачає передачу власником винаходу (результату науково-технічної діяльності) іншому суб'єкту, тобто здійснюється комерційна операція щодо інновації, внаслідок чого нововведення проникають в різні галузі діяльності та знаходять усе більше споживачів. Відповідно основним призначенням комерціалізації є виведення продукту на ринок з метою

поширення інновації та отримання прибутку.

Отже, комерціалізація інноваційної продукції є одним з найважливіших етапів інноваційної діяльності, адже саме завдяки грамотній комерціалізації інновації потрапляють на ринок.

Незважаючи на те, що комерціалізація інноваційної продукції є складним та трудомістким процесом, проте основною її перевагою є той факт, що вона приносить

значні прибутки підприємству та вдосконалює його конкурентні можливості.

Комерціалізацію інноваційної продукції підприємства можна здійснювати різними методами та формами. Проте, слід відзначити, що основними критеріями вибору є цілі та можливості підприємств. На рис. 1 нами зображено модель вибору пріоритетних методів комерціалізації інноваційної продукції.

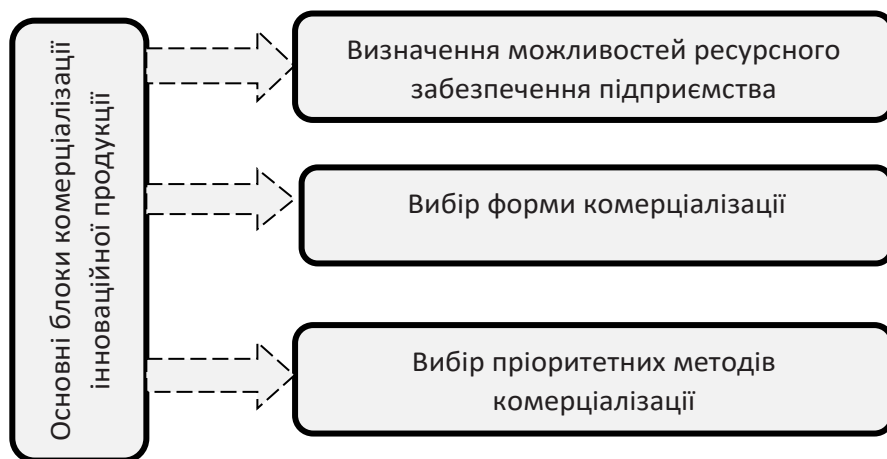


Рис. 4. Модель вибору пріоритетних методів комерціалізації інноваційної продукції

Джерело: складено на основі [7, с. 144-147; 8, с. 278-179].

Як бачимо, є три основних блоки, які взаємопов'язані між собою, але мають свої певні особливості.

В контексті розгляду комерціалізації інноваційної діяльності, як стратегічно важливого процесу для економіки України та суб'єктів її господарювання доцільно зазначити, що суб'єктами комерціалізації інновацій є: великі та середні компанії, венчурні компанії та фонди, приватні інвестори, спеціалізовані банки.

Всі зазначені суб'єкти мають певну зацікавленість у комерціалізації інновацій, оскільки вона спрямована на модернізацію наукових досягнень в якісно новітні товари та послуги в ринковому просторі.

В залежності від форми та рівня взаємодії суб'єктів в процесі комерціалізації інновацій змінюється її складність і прибутковість, швидкість просування результатів науково-технічних досліджень до споживача.

Всі фактори, які впливають на комерціалізацію інновацій можна поділити на дві групи, а саме:

1. Фактори безпосереднього впливу: законодавчі зміни; зміни які виникли у податковій чи бюджетній системах; зростання корупції тощо.

2. Опосередковані фактори: загострення політичної чи військової ситуацій; екологічні та стихійні лиха тощо [6, с.10].

Отже, дослідження факторів впливу дає уявлення про те, у якому напрямку необхідно здійснювати реформи в економіці.

Варто зазначити і те, що успішність комерціалізації інноваційної діяльності в суттєвій мірі визначається привабливістю новітньої ідеї, яка ґрунтується на основі вивчення й аналізу попиту на ринку, вдало складеним бізнес-планом і взаємодією з інвесторами та партнерами.

Підсумовуючи вище наведене, можна стверджувати наступне: комерціалізація інновацій є найважливішим елементом

інноваційного процесу, оскільки вона представляє собою процес перетворення результатів науково-технічної діяльності на товар і подальшу їхню ефективну реалізацію в промислових масштабах.

Успіх комерціалізації інновації має стратегічне значення для інноваційної діяльності інноватора та визначає його конкурентоспроможність і виступає важливою складовою розвитку економіки в цілому.

Висновки

Підводячи підсумки варто вказати, що комерціалізація інноваційної діяльності є механізмом набуття наукових та науково-технічних знань товарної форми (нових

товарів/послуг) задля отримання прибутку. А внаслідок відсутності комерціалізації напрацювання суб'єктів інноваційної діяльності можуть так й залишитися на стадії розробок.

Комерціалізація виступає у формі своєрідної посередницької діяльності, що сполучає науково-технічну та комерційну діяльності й забезпечує розвиток ринкових відносин і як каталізатор відображає їх стан.

Попри суттєві ускладнення вітчизняного економічного розвитку комерціалізація інновацій здатна забезпечити окреслені завдання щодо курсу України на участь у висококонкурентному середовищі Європейського Союзу та інших країн світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Глущенко Л. Д. Комерціалізація інновацій. URL: http://www.rusnauka.com/34_NNM_2014/Economics/10_174096.doc.htm.
2. Ванько С. В. Управління комерціалізацією результатів інноваційної діяльності. *Вісник ДонНТУ*. 2012. № 10. С. 7276.
3. Цибинога М. О., Старкова О. В., Гнучих Л. А. Організаційний механізм процедури комерціалізації інновацій. *Системи обробки інформації*. 2019. №2 (92). С. 273-276.
4. Бойко Т. Л. Комерціалізація інновацій в Україні: поточний стан і перспективи активізації. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/19125/1/9495.pdf>.
5. Шумпетер Й. А. Капіталізм, соціалізм и демократія: пер. з англ. / за ред. В. С. Автономова. Економіка. 1995. 541 с.
6. Бутко М. П., Попело О. В. Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності в умовах поглиблення інтеграційних процесів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 1. С. 10-20.
7. Полторацька А., Т. Стівба Формування і реалізація механізму комерціалізації результатів інноваційної діяльності. *Економічний аналіз*. 2021 рік. Том 31. № 1.
8. Черномазюк А. Г., Якимець Ю. В. Проблеми комерціалізації інновацій в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/27_NNP_2014/Economics/6_176847.doc.htm.

REFERENCES

1. Hlushchenko, L. D. (2014). *Commercialization of innovations*. Retrieved from: http://www.rusnauka.com/34_NNM_2014/Economics/10_174096.doc.htm [in Ukrainian].
2. Vanko, S. V. (2012). Management of commercialization of the results of innovative activity. *Bulletin of NTU*. 10. 72 -76. [in Ukrainian].
3. Tsybynoga, M. O., Starkova O.V., Hnuchych L.A. (2019). Organizational mechanism of the procedure of commercialization of innovations Information processing systems. *Systemu obrobku informatsiy*, 2 (92), 273-276. [in Ukrainian].
4. Boyko, T. L. *Commercialization of innovations in Ukraine: current state and prospects for activation*. Retrieved from: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/19125/1/9495.pdf> [in Ukrainian].
5. Schumpeter, J. A. (1995). *Capitalism, socialism and democracy*. [in Russian].
6. Butko, M. P., & Popelo, O. V. (2015). Commercialization of the results of scientific and technical activities in the conditions of deepening integration processes *Problemy ta perspektivy ekonomiku ta upravlinny*, 1, 10-20 [in Ukrainian].
7. Poltoratska, A., & Stovba, T. (2021). Formation and implementation of the mechanism of commercialization of the results of innovative activity. *Economic Analysis*, 31(1). [in Ukrainian].
8. Chernomazyuk, A. G., & Yakimets, Y. V. (2014). Problems of commercialization of innovations in Ukraine. Retrieved from: http://www.rusnauka.com/27_NNP2014/Economics/6_176847.doc.htm. [in Ukrainian].

Iryna Andrushkiv, Associate Professor, Lecturer, Department of Administrative and Financial management, Institute of Administration and Postgraduate Education, Lviv Polytechnic National University, Researcher of the cross-border cooperation sector, State University "Institute of Regional Studies" named after E. Dolishnyi, National Academy of Sciences of Ukraine, Ukraine

Uliana Ratych, PhD student, Department of Administrative and Financial management, Institute of Administration and Postgraduate Education, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

COMMERCIALIZATION OF INNOVATIVE ACTIVITIES AS A STRATEGICALLY IMPORTANT PROCESS FOR THE ECONOMY OF UKRAINE AND ITS BUSINESS SUBJECTS

Abstract

The article examines the theoretical approaches of scientists to the definition of the concept of "commercialization of innovations" by individual scientists and researchers. It has been established that a single approach to the interpretation of the concept of "commercialization of innovations" has not yet been formed in the scientific literature, therefore this problem has not lost its relevance and as of today requires research and generalization. The fact that the commercialization of innovative products is one of the most important stages of innovative activity is emphasized, as due to the competent commercialization the innovations enter the market. It is emphasized that the commercialization of innovations acts as an important "intermediary" between scientific and technical development and the object of purchase and sale and is an effective lever with assistance of which the newly created innovative development brings the profit. Therefore, the commercialization of innovations is a kind of intermediary activity that connects scientific and technical and commercial activities. Despite the fact that the commercialization of innovative products is a complex and time-consuming process, its main advantage is the fact that it brings significant profits to the enterprise and improves its competitive capabilities. On the basis of the analyzed works, the factors that directly affect the commercialization of innovations are identified, namely: factors of direct influence (legislative changes; changes that occurred in the tax or budget systems; the growth of corruption, etc.); mediated factors (aggravation of political or military situations; environmental and natural disasters, etc.). Based on the conducted research, the following was confirmed: the commercialization of innovations is the most important element of the innovation process, as it represents the process of transforming the results of scientific and technical activities into products and their further effective implementation on an industrial scale. It has been established that commercialization takes the form of a kind of intermediary activity that connects scientific, technical and commercial activities and ensures the development of market relations and reflects their state as a catalyst. It was concluded that despite the significant complications of domestic economic development, the commercialization of innovations is able to provide the outlined tasks regarding the course of Ukraine to participate in the highly competitive environment of the European Union and other countries of the world.

Keywords: commercialization of innovations; innovative activity; innovative products; intermediary activity; innovative process; market relations; profit; enterprise.

Cite as: Andrushkiv, I., & Ratych, U. (2022). Commercialization of innovative activities as a strategically important process for the economy of Ukraine and its business subjects. *Economic analysis*, 32 (3), 16-21. DOI: 10.35774/econa2022.03.016