

## ДОСЛІДЖЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЙ

Дюжев О.В., Косенко А.В.

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасному високотехнологічному суспільстві створення нових технологій недостатньо для їхнього комерційного успіху. Не менш важливим є здатність технології до сприйняття ринком, її привабливість для інвесторів, бізнесу і кінцевих споживачів. Цей феномен прийнято називати комерційною сприйнятливістю технологій. Комерційна сприйнятливість – це потенціал нової технології бути прийнятою ринком, інтегрованою у бізнес-моделі та забезпечити економічний прибуток. Вона залежить не лише від технічної новизни, а й від попиту на ринку, економічної доцільності впровадження, простоти масштабування, наявності інфраструктури. Основні чинники комерційної сприйнятливості: ринкова потреба (Чи вирішує технологія реальну проблему? Чи існує цільовий ринок, готовий заплатити?); конкурентоспроможність (Наскільки нова технологія краща (дешевша, швидша, ефективніша), ніж існуючі аналоги?); вартість розробки і впровадження (Чи доступна технологія для комерціалізації за помірну ціну?); правові та регуляторні аспекти (Чи існують патенти, чи відповідає законодавству?); готовність до масштабування (Чи можна розгорнути технологію на великому рівні з мінімальними витратами?). Методи оцінювання сприйнятливості: SWOT-аналіз технології, матриця Бостонської консалтингової групи (BCG), методика TRL (Technology Readiness Level), оцінка ROI (Return on Investment) на стадії розробки. Практичні приклади: успішна комерціалізація технології блокчейн у фінансовій сфері – завдяки високій довірі до безпеки та ефективності транзакцій; низька сприйнятливість водневої енергетики в Україні – через високу вартість інфраструктури, відсутність готового ринку.

Комерційна сприйнятливість є критичним показником життєздатності технології на ринку. Для забезпечення її успіху потрібна міждисциплінарна стратегія: від інженерної досконалості до маркетингового аналізу. Визначення таких факторів на ранньому етапі дає змогу підвищити інвестиційну привабливість і скоротити ризики провалу.

### **Література:**

1. Кулаєць М.М. Удосконалення інноваційної підприємницької діяльності/ М.М. Кулаєць, М.Ф. Бабієнко, П.А. Лайко, П.М. Музика, О.Д. Витвицька, Є.А. Бузовський, В.А. Скрипниченко, М.М. Лучник// Економіка АПК. 2009. №5. С.76-87
2. Витвицька О. Д. Формування стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств. Економіка АПК. 2011. С.132-138
3. Кваша С. М. Механізм підтримки сільськогосподарського виробництва та шляхи його удосконалення : моногр. / С.М. Кваша, О.Д.Витвицька, К.В.Наконечна. К.: ННЦ ІАЕ, 2009. 200 с.
4. Лайко П. А. Фактори підвищення рівня продовольчої безпеки / П. А. Лайко, М. Ф. Бабієнко, Т. Д. Іщенко // Економіка АПК. – 2006. – № 8. – С. 20–28.
5. Бажал Ю.М. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посібник. Київ: Пульсари, 2015. 278 с.