

УДК 331.522.4:330.11.4

Карпенко А.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ОСНОВІ СТРАТЕГІЇ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

Опрацювання концептуальних основ розвитку інтелектуальних активів людського потенціалу та комплексне дослідження стану, тенденцій, умов та перешкод формування й розвитку людського потенціалу в Україні дозволяє констатувати актуальність запровадження нових підходів щодо вираженого та інноваційно орієнтованого управління ними на усіх рівнях національної інноваційної системи (НІС). Нагальною є потреба обґрунтування та розробки механізмів реалізації програмних напрямів розвитку інтелектуальних активів людського потенціалу України, цільова спрямованість яких має бути орієнтована на зростання вартості інтелектуальних активів людського потенціалу, їх нагромадження й ефективне використання на основі покращення рівня та якості життя за рахунок забезпечення високого рівня інноваційної активності усіх суб'єктів НІС.

В сучасних умовах глобалізаційних процесів, постійного розвитку науково-технічного прогресу, швидкого вдосконалення продуктивних сил основним фактором забезпечення конкурентоспроможності країни в довгостроковій перспективі стає процес створення і нарощення інноваційних конкурентних переваг. Саме інновації є головною рушійною силою динамічного розвитку суспільного виробництва, оскільки сучасні світові соціально-економічні системи характеризуються економічним зростанням інноваційного типу, при якому підвищення якості життя забезпечується

успішним використанням різних нововведень, посиленням технологічної конкуренції, попитом на фундаментальні і прикладні дослідження тощо.

Сьогодні інноваційний розвиток економіки України стикається з безліччю перешкод і переважно з формальними підходами держави до стимулювання, серед яких розробка стратегії, законодавчі ініціативи, передумови до формування структурних змін, розподіл відповідальності, підтримка взаємодії бізнесу, освіти, науки і влади тощо. Тобто на кожному з рівнів не створюються конкурентні умови, а часто присутня недобросовісна конкуренція влади або тиск кримінальних лобі, поширеною є неузгодженість власників капіталу й еліти щодо стратегічного розвитку держави.

В таких умовах економічне зростання країни можливе лише за наявності ефективної НІС, а також чіткої стратегії, яка супроводжується активізацією інноваційної активності фізичних та юридичних осіб, влади і суспільства в цілому, комерціалізацією інновацій, оскільки саме вона на сьогодні розглядається нами як пріоритет розвитку інтелектуальних активів людського потенціалу. Стратегія має бути спрямована не просто на формування інноваційного середовища, а на комерціалізацію інновацій, як кінцевий етап їх реалізації, що здатний відобразити привабливість інноваційної діяльності та стимулювати до неї бізнес, науку, освіту, органи влади і все населення країни.

Комерціалізація інновацій є процесом матеріалізації результатів НДДКР на практиці, який починається на стадії постановки теми, супроводжуючи розробку протягом усього періоду її виконання і зумовлює можливість систематичного впровадження нових науково-технічних результатів. Вона означає реалізацію на комерційній основі створеного товару в різних його формах і видах на ринку з метою отримання прибутку.

Отже, одним із визначальних пріоритетів інноваційного розвитку України є формування та реалізація стратегії комерціалізації інновацій як пріоритету розвитку інтелектуальних активів людського потенціалу, практична реалізація якої потребує подальшої розробки відповідних політик та їх запровадження на принципах соціальної відповідальності та публічно-приватного партнерства.

Стратегія комерціалізації інновацій є системою субстратегій у формі плану з довгострокової реалізації економічних, управлінських, маркетингових, правових, техніко-технологічних і культурно-ментальних задач, пов'язаних з розробкою, виробництвом і реалізацією інновацій.

Розробка і реалізація стратегії комерціалізації інновацій в економіці України передбачає перетворення теоретичних установок стратегії на набір конкретних заходів, тобто її якісне опрацювання на декількох рівнях: державному (національному), макрорегіональному (при його виділенні), регіональному, локальному (територіальному, що входить в регіональний) та

мікрорівні (підприємства). Ці рівні мають бути узгоджені між собою як елементи інтеграційної системи. На національному рівні важливо виконати вибір ключових галузей і підприємств, здатних конкурувати на зовнішньому (міжнародному) рівні і поступово сприяти кластеризації економіки. На інших рівнях – враховувати загальні ключові пріоритети, виходити з внутрішніх можливостей.

Стратегія комерціалізації інновацій передбачає формування комплексу послідовних заходів (характерні для 5 рівнів): аналіз зовнішнього середовища; діагностика сильних і слабких сторін, загроз і можливостей; прогнозування зовнішніх і внутрішніх змін; визначення цілей інноваційної політики і формування інноваційної культури; розробка стратегії комерціалізації інновацій; визначення заходів щодо стимулювання комерціалізації інновацій та формуванню інноваційної культури; формування підсистем забезпечення стратегії комерціалізації інновацій; реалізація заходів та координація підсистем інноваційної політики; контроль виконання заходів стратегії комерціалізації інновацій [1].

Використання стратегії комерціалізації інновацій може стати основою для переходу до «кооперативної моделі» управління інноваційним циклом в національній економіці, що забезпечить органічну взаємодію органів влади, бізнес-структур та університетів, зростання обсягів та підвищення ефективності інноваційної діяльності, сприятиме розвитку інтелектуальних активів людського потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. **Karpenko, A. V.** Strategy of innovations' commercialization in Ukraine [Text] / A. V. Karpenko // Scientific letters of Academic Society of Michal Baludansky. - Košice, Slovakia. - 2016. - № 6. - P. 55-58.