

# ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА СФЕРА

УДК 336.2

*Н. П. Гончарова*, д-р екон. наук, проф.,  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У статті розглянуто концептуальні засади розвитку інноваційного бізнесу, алгоритм розробки стратегії інноваційного бізнесу, сфери пошуку інноваційно-бізнесових ідей, виокремлено проблеми та специфіку формування інноваційного бізнесу в Україні.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** інноваційний бізнес, інноваційний розвиток, інноватори, інноваційні стратегії, конкурентоспроможність, високотехнологічна продукція, інноваційна політика.

*Вступ.* Початку ХХІ ст. властиві суттєві зміни в глобальному світі, які породжують нові економічні відносини, руйнують застарілі, певним чином впорядковують існуючі. В основі вказаних змін — якісні перетворення на засадах інноваційного прогресу.

Успіх на цьому шляху значною мірою залежить від стратегічного бачення природи вказаного прогресу, від механізму, який поєднує розвиток наукової ідеї, прикладну розробку на її основі і використання результату у виробництві. Цим досить специфічним механізмом, точніше середовищем, в якому відбувається інноваційний прогрес сьогодні є інноваційний бізнес.

На шляху становлення інноваційного бізнесу в нашій країні виникає багато проблем, які суттєво стримують його розвиток. Це питання соціально-психологічного, економічного і правового характеру. Проблема формування бізнесового інноваційного середовища в Україні полягає в тому, що даний процес повинен здійснитися в надто стислі історичні строки при відсутності не тільки будь-якої бази його розвитку, а й певного несприйняття нового явища — «бізнес у науці» деякими колами наукової еліти, які знаходяться на передніх позиціях інноваційного процесу. Власне, сполучення «наука» і «бізнес» не знаходять поки що відповідного наукового обґрунтування стосовно ринкової економіки, не відпрацьовані рівні відносин між науковцями і бізнесменами, майже відсутнє правове підґрунтя регулювання цих відносин.

Вищенаведені факти зумовлюють актуальність і практичне значення проблематики питань, які викладаються в даній статті. Автор виходить з того, що подальше накопичення і розвиток інноваційного потенціалу України буде визначатися залежно від ступеня включення його в ринкові відносини. Саме ринкове середовище створює атмосферу конкуренції в науково-дослідницькій сфері, породжує різноманітність форм, має здатність швидко реагувати на зміни, які викликаються динамікою сучасного суспільного прогресу. Інноваційний бізнес створює те середовище, без якого розвиток економіки, побудованої на принципах особистої зацікавленості і ініціативи розробників і виробників інноваційних продуктів, неможливий.

*Постановка задачі.* Метою даної статті є визначення економічної сутності інноваційного бізнесу, специфіки становлення та розвитку в умовах української економіки, формування його стратегічного бачення в контексті багаторівневих та багатопараметрових відносин: наука—підприємництво.

*Результати.* Перш ніж вести мову про стратегію інноваційного бізнесу необхідно визначити точки дотику науки і бізнесу, чітко уявляти, що таке інноваційний

бізнес. Детальний семантико-змістовний аналіз цієї категорії наведено в авторських публікаціях, зокрема [1]. Узагальнене його визначення наступне: інноваційний бізнес — це насамперед нерозривний зв'язок усіх складових інноваційного циклу на комерційних засадах. Оскільки мова йде про цілісний інноваційний цикл, а першою і головною компонентою даного циклу є наука (здебільшого фундаментальна), то необхідно знати специфіку бізнесу в даній сфері. Далі викладається коментар точок зору та результатів авторських досліджень в узагальненому вигляді стосовно даної проблематики.

Автор сподівається, що дана розробка приверне увагу до вічних парадоксальних питань: що спонукає багатьох людей присвятити все своє життя науці? І друге, не менш парадоксальне питання — чи можна збагатити, займаючись наукою? Опосередковану відповідь на поставлені питання можна знайти, досліджуючи не мнєш парадоксальні процеси, які свідчать про те, що останнім часом підсилюється увага олігархів і політиків до науки, вони активно «шукають» учених ступінів і звань. Тобто реалії свідчать, що наука для вказаних кіл стала «привабливою», у неї «ринулися» суб'єкти, наділені не скільки дослідницьким інстинктом, стільки непомірним «хвотальним» рефлексом, який не знайшов гідного застосування в інших сферах діяльності. Однак останній феномен більше заслуговує на увагу істориків і психологів.

Вважаємо за доцільне звернути увагу на те, що розробка даної проблематики вимагає залучення філософського тлумачення найбільш актуальних питань зв'язку науки і бізнесу, але в основному ми будемо прагнути розглядати ці зв'язки переважно в економічних точках їхнього зіткнення й викладати авторські позиції, залишаючи осторонь пов'язані з ними проблеми моральності й етики.

У нашій країні наука і бізнес виглядають антагоністами. Коли в нас була могутня наука, яка вражала увесь світ своїми досягненнями, то не було бізнесу, принаймні, легального. Коли з'явився бізнес, почався розвал науки. А нинішні батьки хочуть, у більшою мірою, бачити своїх дітей не вченими і космонавтами, як у минулі часи, а бізнесменами і політиками, не звертаючи уваги на те, що дані типи кар'єри є явними антиподами. Проте, наука і бізнес зовсім не антагоністичні, а, навпаки, у нормальному суспільстві обумовлюють один одного і мають багато спільного.

Суттєвий вплив на науку і бізнес зробило свого часу протестантське відношення до праці. Воно сформувало головну базу підприємництва — нову, у порівнянні з попередніми епохами, організацію праці у вигляді виробництва. І воно ж уможливило появу експериментальної науки, яка вимагає великої праці і різоче відрізняється від античного філософствування або середньовічної схоластики. Аналогічну роль зіграв і властивий протестантизму культ терпіння. Похідні від нього «помірність, праця як самоцінність, самодисципліна й відстроченість винагороди» [2, с. 78] рівною мірою необхідні й у бізнесі, де успіх не приходить відразу, і в науці. Як показує Р. Мертон, практично всі дослідження, крім чисто наукових, мають ще і чітко виражену практичну мету [2] — так само, як і зусилля підприємців. Синхронний вплив на науку і бізнес зробили й обумовлені протестантизмом принципи, які в історії людства набули переважно політичного звучання, наприклад ідеї волі, рівності і т.п.

У світі бізнесу вони чимало сприяли зміцненню свободи підприємництва, руйнуванню далекої його духу системи кастових відносин, утвердженню рівноправності підприємців, що спонукало до дотримання єдиних правил гри, повазі один до одного, чесності і взаємної відповідальності.

У науці відповідні принципи проявили себе тим, що зробили можливими вільний обмін думками, дискусії, утвердження кредо «піддавай усе сумніву» і т. ін., породивши те, що Р. Мертон називає «тотальною гносеологічною установкою» [2]. Але, мабуть, найглибший загальний корінь науки і бізнесу знаходиться в змісті раціоналізму. Наука в основному заснована як на емпіричному раціоналізмі, оскільки спирається на експерименти, так і на постулаті про принципову пізнаванність світу, можливості його поліпшення за допомогою знання. У світі ж бізнесу раціоналізм

має два основних прояви. По-перше, він (раціоналізм) зробив основою бізнесової діяльності розрахунок, який спирається на математику як засіб, на зіставлення потенційних втрат і придбань. По-друге, привчив людей до відкладання отриманого прибутку, самообмеження і заперечення нераціонального марнотратства в його використанні, що уможливило нагромадження капіталу і його розумне розміщення [3].

Наука і бізнес, звичайно, не могли не чинити і прямого впливу один на одного. Підприємництво, як відзначає М. Вебер, з перших своїх кроків спиралося на наукові знання (наприклад, на географічні або математичні) і на заснуванні на цих знаннях технічних винаходів. Наука ж «одержувала сильну стимуляцію з боку капіталістичних інтересів і їхнього практичного втілення» [3].

При наявності єдиної кореневої системи науки і бізнесу не дивно, що коли і те, й інше з факультативної й епізодичної діяльності перетворилося в професію, між ученими і підприємцями виявилось багато загального. І досить привабливим у даному контексті є образ науки як «ринку ідей» або образ ученого як «купця істини», який торгує зробленим ним знанням точно так само, як будь-який інший купець торгує своїм товаром, неминуче володіючи якостями підприємця [4]. Це твердження можна розглянути і з іншого боку, згадавши підприємців, які, роблячи Великі географічні відкриття, започатковували кроки, характерні для вчених.

Можливо, саме в цю пору сформувалися основи такого синтезу науки і бізнесу, як інноваційна економіка, які поширилися на всю західну цивілізацію, де існує дійсний культ новизни, яка проявляється не тільки в загальній націленості на прогрес, але й у поведінці звичайної людини, яка майже завжди надає перевагу новим речам відносно старих.

У поведінці сучасних учених і бізнесменів теж можна знайти загальні риси. Найважливішою серед них є так звана мотивація досягнення — сильне бажання домогтися успіху і зробити у своєму житті що-небудь значне. Без неї немислимий успіх ні в науці, ні в бізнесі. І не випадково, як свідчать емпіричні дослідження, до числа професійних груп, для яких характерний найвищий рівень мотивації досягнення, належать у першу чергу вчені, бізнесмени, а також політики [5].

Звичайно, подібність учених і підприємців не слід переоцінювати. Між ними існують і важливі психологічні розбіжності, що проявляються, наприклад, у тому, що ризик — це один з головних атрибутів підприємництва. Люди ж науки, навпаки, до числа найважливіших переваг своєї професії відносять спокій і психологічну безпеку, виявляючи явну схильність уникати тих кризових ситуацій, що характерні для бізнесу або політики. Але й серед них є чимало людей, схильних до ризику і наділених неабиякими підприємницькими здібностями. Так, наприклад, одним з персоніфікованих символів злиття науки і бізнесу став віце-президент Стенфордського університету Ф. Терман, який створив на базі цього університету перший у світі науковий парк, що дав життя відомій Силіконовій долині і став цитаделлю комп'ютерної революції [6].

Звертаючи увагу на найголовніші сфери становлення інноваційного бізнесу в Україні виділимо тільки дві з них, які, на нашу думку, є науковою базою його розвитку і мають для цього відповідний інтелектуальний потенціал. Це формування наукових парків і університетських навчально-наукових центрів. На жаль, автор не має можливості на сторінках короткої статті детально розглядати цю головну організаційну форму симбіозу підприємництва з наукою. Тим більше, що дані питання досить широко висвітлені в спеціальній літературі. Відзначимо тільки, що сьогодні наукові парки є практично при всіх університетах США, при більшості великих університетів Європи, у таких країнах, як Індія, Малайзія, Таїланд, у державах Східної Європи. Вони надають бізнесу сучасний інноваційний вигляд і приносять відчутні економічні результати. А в Україні вирішення даних проблем знаходиться поки що в процесі осмислення та пошуку найкращого варіанту.

Практично без уваги українських реформаторів залишається наступна сфера формування інноваційного бізнесу. Можна сказати, просто ігнорується досить уні-

кальне джерело формування сучасних інноваційно-бізнесових структур — створення університетських науково-освітніх центрів.

Розглянуті вище точки дотику науки і бізнесу, змушують нас звернути увагу на українську формулу цієї взаємодії, яка у значній мірі є унікальною. У нормальній системі їхніх взаємин діють дві сили: так званий «пуш» (technological push) — технологічне підштовхування на ринок ноу-хау і технологій, створених у науці, і «пул» (demand pull) — підтягування попиту (або стимуляція) наукових розробок потребами ринку. У такій системі ці два вектори поєднуються, доповнюють один одного і формують єдину траєкторію, по якій наукове знання проникає у світ бізнесу, де завжди затребувано.

У результаті відома марксистська фраза про перетворення науки в «безпосередню продуктивну силу» набуває цілком сучасного звучання: виробництво і бізнес завжди готові до асиміляції нового наукового знання. Сьогоднішнє відкриття вчезного завтра інженер втілює у технічні винаходи, що післязавтра бізнесмен матеріалізує в нових видах прибуткової продукції, а потім вкладає частину отриманого прибутку в нові наукові дослідження і розробки. Таким чином, ланцюжок замкнеться, з'єднавши науку з ринком циклічним і нерозривним зв'язком. Постійна циркуляція творчого імпульсу в рамках трикутника «наука — наукомістке виробництво — інноваційний бізнес» є основою науково-технічного прогресу, а вершини цього трикутника, говорячи тією ж марксистською мовою, є «трима джерелами і трьома складовими частинами» прогресу.

Однак перейдемо від «високого» до «земного». Всупереч поширеній думці про те, що в сьогоднішній Україні наукове знання не затребуване, а вітчизняна наука напівзруйнована і має низький ринковий потенціал, у нашому суспільстві справно діють обидві сили — і «пуш», і «пул», існують також і чималий попит на нове наукове знання, і його пропозиція з боку науки. Але досить симптоматичним є те, що значна частина українських ноу-хау і технологій не купується, а попросту розкрадається через незахищеність інтелектуальної власності і взагалі всього інтелектуально цінного. Як відомо, продаж інтелектуального продукту припускає його попереднє оформлення, насамперед, як власність, тобто патентування, ліцензування і т.п. Але, незважаючи на посилену комерціалізацію науки в сучасній Україні, автор наукового продукту майже незахищений здебільшого тільки тому, що вчасно не запатентував свій винахід (для контрасту відзначимо, що в США, наприклад, механізм охорони інтелектуальної власності відображений у Конституції, тобто це питання прирівнюється до проблем самозбереження суспільства). І це досить символічно, адже серед підвалин західного суспільства і його прогресу знаходяться приватна власність і інтелект, і, відповідно, їхнє сполучення — інтелектуальна власність.

Частка тієї або тієї країни на світовому ринку наукомісткої продукції характеризує її здатність не тільки виробляти, але й продавати цю продукцію, що не є задачею вчених і не може служити мірилом ринкової ефективності науки. (Яскраве свідчення — відомий автомат Калашникова, з якого стріляє увесь світ, а виготовляється він в основному в Китаї). Взагалі ж у розвинутих країнах на кожну перспективну наукову ідею в середньому припадає близько 10 менеджерів, які «проштовхують» її на ринок. У нашій країні пропорції зворотні: у середньому на 10 ідей припадає один менеджер, що різко контрастує з кількістю посередників при реалізації інших товарів і демонструє, наскільки далекі ми від сучасної економіки — так званої «економіки, заснованої на знаннях».

Саме відзначена ситуація призвела до того, що значена частка українських учених сьогодні працює на закордонні фірми, такі як «Сан мікросистем», «Коминг», «Форд моторз», «Дженерал електрик», «Гудрих тань», «Юнайтед технолоджис» і т.п., яким і належать результати їхньої праці. Як відзначає академік Б. Патон, багатьох українських учених запрошують в інститути, академії, клініки, обсерваторії багатьох країн. Вони за рубежом видають фундаментальні праці, які отримують високу оцінку фахівців зі світовим ім'ям [7].

Подібні факти дозволяють говорити про «нерівний шлюб» між закордонним бізнесом і українською наукою, а також про «витік ідей», що зараз являє собою не меншу проблему, ніж традиційні форми «відпливу умів». Одночасно це свідчить про те, що реальний внесок України у світовий ринок наукомісткої продукції, ноу-хау і технологій набагато перевищує той рівень, який висвітлюється офіційною статистикою.

У даному контексті досить оптимістичною виглядає думка Б. Патона про можливість реалізації в країні принципово нової інноваційної політики — політики нових і супернових технологій [7]. На її тлі вітчизняна наукомістка продукція виглядає цілком пристойно. Прикладами можуть служити створені вченими Національної Академії наук України моделі оптимального управління багатокритеріальними розподільними системами, розроблені нові алгоритми синтаксичного аналізу складних семантично насичених зображень, розвиток нового методу космічної радіолокації природних об'єктів сонячної системи і штучних утворень у ближньому космосі й ін. [7].

Отже можна зробити висновок, що найважливішою рисою досягнень вітчизняної науки є те, що наявний в Україні науково-технологічний потенціал здатний забезпечити інноваційний розвиток багатьох сучасних наукових напрямків. І, незважаючи на те, що рівень інноваційної активності в Україні не відповідає сучасним національним і світовим потребам, існують досить перспективні надії на технопарки, створені за участю інститутів Національної Академії наук України. Це, насамперед, «Інститут електрозварювання ім. Є. О. Патона», «Інститут монокристалів», «Напівпровідникові технології, матеріали, оптоелектроніка і сенсорна техніка». Тільки в останні три роки ними реалізовано близько 60 видів інноваційної продукції на суму майже 300 млн грн, у тому числі експорт склав 100 млн грн. І, як відзначає Б. Патон, технопарки сьогодні практично єдиний реально діючий інноваційний механізм в Україні [7].

Утім, у подібних ситуаціях, якими, здавалося б, можна пишатися, чітко проступають і явні аномалії виходу нашої країни на світовий ринок. Україна виявляє себе на цьому ринку в основному не готовою продукцією, а ноу-хау і технологіями, які матеріалізуються в готових виробках і, відповідно, приносять основну частину прибутку комусь іншому. І симптоматично те, що на ринку наукомісткої продукції наші науково-дослідні інститути представлені набагато яскравіше, ніж наші підприємства-виготовлювачі. Тобто зберігається відома схема: ми винаходимо, а «вони» виготовляють, продаючи нам те, що ми винайшли.

Звернемо увагу ще на одне досить складне питання — роль ученого в бізнесі. Якщо скористатися «трихотомією» К. Поппера, яка розділяє наш світ на три частини — світ ідей, світ людей і світ речей, можна сказати, що в нормальному суспільстві наука поставляє бізнесу ідеї, які він (бізнес) перетворює в речі [1]. У сучасній же Україні в результаті роз'єднаності двох основних векторів взаємодії науки і бізнесу вона поставляє йому в основному не ідеї, а... людей. Тобто ми сформували один із символів нашого «буренного часу» — маємо «внутрішній відплив умів» — масовий перехід учених в інші сфери діяльності, і, насамперед, у бізнес, поряд із зовнішнім «витоком» — їхньою еміграцією. Екс-учені непогано процвітають у бізнесі, навіть у його вітчизняному різновиді. Уже наприкінці 1980-х рр., коли підприємницька активність у нашій країні тільки починала розгортатися, у різних кооперативах, спільних і малих підприємствах працювало багато колишніх учених, які більш оперативно, ніж представники більшості інших категорій населення відреагували на свободу підприємництва. Та й сьогодні значну частину керівників великих комерційних структур складають колишні наукові співробітники. Ну а імена багатьох «учених», які стали політиками і великими бізнесменами у «вільних ринкових умовах» відомі кожному.

До того ж досить поширена подвійна (а то і потрійна) зайнятість наукових співробітників, що призводить до втрати ними наукової кваліфікації і, природно, нано-

силь шкоду науці. Але одночасно вона йде на користь бізнесу, збагачуючи його навичками і знаннями, які мають бізнесмени, що вважаються вченими. Те ж саме можна сказати і про інші форми переходу вчених у бізнес: надаючи чималого збитку науці, вони корисні для бізнесу. Зокрема, внаслідок інтенсивного припливу вихідців з науки український бізнес характеризується як найінтелектуальніший у світі.

Не тому, звичайно, що він має інноваційний характер і спирається не на примітивну спекуляцію, а на наукомістке виробництво. Але, всупереч відомій сентенції про те, що «діловитість і інтелігентність несумісні», більше 80 % вітчизняних підприємств мають вищу освіту, багато з них закінчили елітні українські вузи, відомі українські підприємці мають вчені звання. У результаті маємо ще один парадокс сучасної ринкової економіки України, який полягає в тому, що початкове нагромадження капіталу в нашій країні створюють фахівці з вузівськими дипломами й ученими званнями, у той час як у США майбутні мільйонери, як правило, не мали навіть середньої освіти.

В цілому сформована у нас система взаємин науки і бізнесу, по-перше, заснована на відтоку з науки в бізнес не ідей, а людей, по-друге, практично позбавлена зворотного впливу підприємництва на науку, у тому числі і підживлення останньої капіталом, що накопичився у бізнесі. Ця система патологічна, вона сама себе руйнує, оскільки наближає час, коли з науки вже нікому і нічому буде «витікати».

Патологізм підсилює система зв'язків між наукою і бізнесом відображаючи, з одного боку, реальне місце науки в нашому суспільстві, з іншого боку — одну з його головних проблем, локалізовану на протилежному полюсі. Не вітчизняна наука не відповідає запитам ринкової економіки, — навпаки, вітчизняний варіант цієї економіки, заснований не на наукомісткому виробництві, а на торгово-фінансових операціях, не відповідає вимогам інноваційного розвитку і не здатний асимілювати нове наукове знання. Сама ж по собі українська наука має цілком пристойний ринковий потенціал, який, не знайшовши застосування у своїй країні, «витікає» за кордон, у нормальне, цивілізоване ринкове середовище.

Отже, вважаємо, що однією з головних задач є подолання дисоційованості нашого суспільства — відновлення зв'язків між його підсистемами. А встановлення нормальних зв'язків між наукою і бізнесом необхідно і для відродження української науки, і для надання вітчизняному бізнесу цивілізованого характеру.

Ми звернули увагу на проблематичність формування в Україні інноваційного бізнесу дещо у не властивому для наукової статті жанрі — описово-філософському. Але сама тема, яка порушена у даній статті, інтелектуальна, дуже делікатна, суто наукова. Її подальше опрацювання, на думку автора, лежить у стратегічній площині. Причому не з точки зору розробки чергової стратегії розвитку інноваційного бізнесу в Україні, а з визначення стратегічного бачення зазначеного процесу.

Стратегічне бачення інноваційного розвитку економіки взагалі і інноваційного бізнесу зокрема, спирається на погоджену сукупність інноваційних рішень, які чинять визначальний вплив на діяльність хазяюючих суб'єктів і мають довгострокові і нерідко важкооборотні наслідки.

Детально варіанти стратегій інноваційного бізнесу викладено в авторських розробках [1]. Наведені наукові узагальнення щодо формування стратегії інноваційного бізнесу можуть скласти основу для розробки концепцій, основних принципів, цілей і ідей інноваційної політики країни на довгострокову перспективу. а також за результатами оцінки варіантів стратегій інноваційного бізнесу визначити його вплив на конкурентоспроможність промислового комплексу, встановлювати терміни і етапи реалізації стратегій, визначити обсягів ресурсів і інвестицій для інноваційного розвитку.

Оскільки стратегія інноваційно-бізнесового розвитку — це синтез інтересів усіх учасників зазначеного процесу і всіх його рівнів, навряд чи можна рекомендувати якусь одну чітко визначену стратегію.

Вважаємо, що на даному етапі слід сформувати певний алгоритм розробки стратегії інноваційно-бізнесового лідерства, який полягає в наступному. Насамперед

необхідно провести реформування системи управління основною складовою економіки — промисловістю на всіх рівнях. На першому рівні необхідне відпрацювання механізму формування намірів розвитку, погоджених між різними рівнями виконавчої влади, яким підлеглі окремі галузі промисловості та види діяльності. На другому рівні — формування і реалізація ефективної державної інноваційної політики, яке повинне повинно спиратися на наступні принципи:

- забезпечення координації дій промисловості з діями суміжних галузей економіки і регіонів по їх інноваційно-технологічному збалансованому промисловому розвитку;

- максимальне використання механізмів ринкової самоорганізації, регульованих законодавчими і нормативно-правовими методами;

- перевага функціональних методів і передача галузевих аспектів розвитку на нижчі рівні управління промисловістю;

- використання програмування в процесі розвитку промисловості.

Це дозволить поступово переходити до об'ємно-матричного організаційно-управлінського укладу економіки в цілому і готувати умови для поширення інтелектуально-мережного укладу.

На наступному етапі формування стратегії розвитку інноваційного бізнесу слід відпрацювати систему координації між корпораціями, холдингами, фінансово-промисловими групами й іншими об'єднаннями з використанням сучасних форм маркетингу, результатів інноваційної діяльності, стратегічного менеджменту, управління державними корпоративними правами й ін.

Механізмами реалізації відзначеного стратегічного алгоритму є координація розробки бюджетів, реструктуризація галузей, інвестування, кредитування й ін. з відповідним започаткування інституціональних перетворень.

*Висновки.* Результати реалізації стратегій інноваційного бізнесу можуть проявити себе у різних площинах — науково-бізнесових колах, вони наскільки багатопланові, що ми не маємо можливості їх визначити на сторінках наукової статті. Найефективніша сфера їх результативності, на нашу думку, полягає в тому, що вони можуть стати вирішальним чинником зміцнення конкурентоспроможності як самого науково-бізнесового середовища, так і національної економіки в цілому.

Перш за все вони сприятимуть формуванню інноваційного ринку, який здатний більш гнучко маніпулювати перевагами конкуренції. Конкурентоздатність інноваційного товару багато в чому пов'язана з диверсифікованістю господарюючого суб'єкта, чому сприяє саме бізнесова діяльність, а саме з різновидами диверсифікації: концентричної, горизонтальної і конгломератної. В конкурентні відносини включаються всі складові інноваційного циклу, і, що є найактуальнішим, це наукова сфера.

У цьому зв'язку закономірна розробка нових інноваційно-бізнесових організаційно-правових форм, які включали б весь інноваційний ланцюжок — науку, освіту, націленість фундаментальних досліджень на бізнесові методи реалізації результатів таких досліджень, створення державних наукових центрів, малих інноваційних підприємств, комерційних інноваційних посередників, що займаються «виведенням» інновацій на ринок і т. ін. Зазначений ланцюжок надзвичайно актуальний і починати його розробку слід з рішення архіактуальної проблеми: підготовки інноваторів — фахівців високого рівня в сфері фундаментальної науки, інноваційного пошуку, інноваційного виробництва, інноваційного маркетингу, інноваційних комунікацій і ін. Безумовно, у цьому переліку досить важливе місце займає проблема захисту інтелектуальної власності, яка, незважаючи на певні позитивні кроки, все ще залишається невирішеною.

Наукомісткі суб'єкти України повинні більш активно використовувати інноваційні технології з метою виробництва нових наукомістких товарів з наступним продажем їх на ринку. На практиці такий напрямок розвитку визначає, який конкретно інноваційний товар успішно продається на місцевому ринку, має перспекти-

ву продажу на національному й у найближчому майбутньому зможе вийти на світовий.

Крім того, необхідно мати чітке уявлення про місце України світовому інноваційному процесі. Базою для стратегічного бачення розвитку інноваційного бізнесу може стати аналіз структури світового ринку наукомісткої продукції і виділення інноваційних ніш, на які реально здатна претендувати Україна. Більш активну роль у даному процесі повинні відіграти установи Національної Академії наук, національні університети, бізнесові кола й ін..

Зростання ролі інноваційних підприємницьких структур і суб'єктів господарської діяльності, необхідність їх цілеспрямованої взаємодії один з одним і зовнішнім середовищем, актуалізує проблему формування відповідних бізнесово-інноваційних відносин, як передумов інтеграції національної економіки в сучасне цивілізоване співтовариство. Вказані відносини дозволяють орієнтувати інноваційну, інвестиційну і виробничо-збутову діяльність господарюючих суб'єктів на виявлення і всебічне використання існуючих і перспективних ринкових можливостей, підтримуючи певний баланс зовнішніх і внутрішніх резервів розвитку, з метою досягнення успіху в конкуренції, максимізації поточних і перспективних доходів населення.

Можна таким чином виокремити дві основні форми інноваційного бізнесу: створення і економічна реалізація інновацій й чисто ринковий бізнес (маркетинг у широкому його розумінні).

На жаль, найважливіша конкурентна перевага — рівень розвитку науки й інтелектуальна продукція (патенти, ноу-хау, інформація) — використовується в наших умовах дуже слабо. В українській економіці поки що мало господарюючих суб'єктів, які здійснюють повною мірою інноваційну підприємницьку діяльність. Зарубіжний досвід наглядно свідчить про те, що інноваційне підприємництво виконує дуже важливі функції в економіці розвинених країн. Країни-лідери мають головну перевагу — нове підприємницьке мислення і свідомість, що сформувалося у багатьох громадян в останні десятиліття. Інноваційна психологія гармонічно об'єднує діяльність урядових структур, бізнесменів, учених і фінансистів.

Саме розглянуті проблеми становлення інноваційного бізнесу — стимули, провідні канали мають велике значення для розбудови української економіки інноваційного типу. Природно, цим процесом необхідно цілеспрямовано й ефективно управляти, не покладаючись на дію тільки ринкових регуляторів.

Для вітчизняної економіки саме інноваційний розвиток є тією рушійною силою, яка дозволить якнайшвидше подолати розрив з розвиненими країнами за принципом «обганяти не доганяючи». Тобто, не йдучи шляхом, який інші вже пройшли, а йти, безсумнівно, у руслі світового розвитку, але своїм шляхом, вишукуючи і реалізуючи свої потенційні переваги, займаючи провідні позиції в тих сферах діяльності, де для цього є умови. А такі умови, безперечно, є і в вітчизняній науці, і в бізнесі.

## Література

1. Степанов А. П., Гончарова Н. П. Інноваційний бізнес: кредитно-модульна система: Навчальний посібник. — К.: НАУ, 2007. — 420 с.
2. Merton R. Social theory and social structure. Toronto: The Free Press of Glencoe, 1957.
3. Weber M. On Protestantism and Capitalism // Theories of society. V. 5. Ziman J. M. Public knowledge. An essay concerning the social dimension of science. Cambridge: Cambridge U.P. 1968.
4. The nature of creativity. Cambridge: Cambridge U.P., 1988.
5. McGinn R.E. Science, technology and society. New Jersey: Prentice Hall, 1991.
6. Терман Ф. Стратегія — технополіси. — М.: Наука, 1989.
7. Патон Б. Є. Рівень науки визначає сучасне і майбутнє держави // Київська правда, 15 липня 2003.

Стаття надійшла до редакції 12.11.2007 р.