

Князевич Анна Олександрівна,
канд. екон. наук, доцент, професор кафедри менеджменту,
Рівненський державний гуманітарний університет (м. Рівне, Україна)

РИНОК ІННОВАЦІЙ У СКЛАДІ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ КРАЇНИ

У статті досліджено процеси формування ринку інновацій, від ефективності діяльності якого значною мірою залежать можливості раціонального використання накопиченого науково-технічного та освітнього потенціалу країни, відродження ринку інноваційних пропозицій, становлення інноваційної інфраструктури як вирішальної складової для відновлення та подальшого розвитку економіки України.

Ключові слова: ринок інновацій, інноваційна інфраструктура, інтелектуальна власність, нематеріальні активи, інноваційний проект, «тхори», стартапи.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Основним регулятором інноваційного розвитку країни, становлення її інноваційної інфраструктури є ефективність функціонування ринку інновацій. Сучасний стан і перспективи розвитку ринку інновацій визначає можливість більш повного використання науково-технічного та освітнього потенціалу країни, відродження її інноваційної інфраструктури. Інноваційний потенціал країни характеризується готовністю її суспільства та економіки до впровадження нових технологічних і соціальних змін під дією внутрішніх і зовнішніх факторів. Економіка країни потерпає як від негативних наслідків глобальної фінансово-економічної кризи, так і внутрішніх соціально-політичних потрясінь останнього часу. Стабілізація та адаптація національної інноваційної системи і її ринку інновацій до змінних реалій сьогодення має першочергове науково-практичне значення. Ефективність дії ринкових механізмів управління інноваційним розвитком, підвищення інноваційної активності підприємств безпосередньо залежить від активності попиту і пропозиції на ринку інноваційної продукції, тому забезпечення ефективного функціонування інноваційної інфраструктури повинне починатися з дослідження та налагодження функціонування саме ринку інновацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням проблем формування і розвитку інноваційної інфраструктури та її головної складової – ринку інновацій – присвячено багато праць зарубіжних і вітчизняних науковців, зокрема таких, як І.А. Горячева [2], В.Л. Іноземцев [3], Ю.В. Каракай [4], Н.С. Косар [6], С.А. Кузнєцова [5], О.Я. Марущак [6], Л.І. Петрова [7], М.Г. Светуцьков [9], Л.І. Федулова [10], Т.І. Шерстобитова [11], В.С. Шовкалюк [12] та ін.

Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми. Постійні соціальні й економічні зміни у країні та світі ставлять перед науковцями і представниками бізнесу низку питань, пов'язаних із необхідністю внесення коректив, урахування динаміки цих змін і їх впливу на інноваційну інфраструктуру, на специфіку розвитку вітчизняного ринку інновацій. Питання складу та формування сучасного ринку інновацій мають складний і багатоаспектний характер, тому, незважаючи на значну кількість наукових праць, потребують подальшого дослідження.

Метою статті є дослідження процесів функціонування ринку інновацій та виявлення його подальшого розвитку у складі інноваційної інфраструктури країни.

Основний матеріал. Вихід країни з кризового стану та її економічне зростання неможливе без широкого використання досягнень науки і техніки, впровадження у

виробництво принципово нових ідей, технологій, інноваційної продукції та послуг.

Досвід розвинених країн світу переконливо підкреслює ключову роль ринку інновацій та інноваційної інфраструктури в забезпеченні умов, що необхідні для інноваційного розвитку економіки, формування національної інноваційної системи в епоху глобальних постіндустріальних трансформацій суспільства. Найважливішим фактором забезпечення сучасного рівня господарювання як безпосередня виробнича сила сприймаються інформація та новітні знання, наукові ідеї, інноваційні пропозиції [3, с. 58].

Інтелектуальна праця набуває все більшого значення і стає головним фактором, імперативом реалізації концепції економіки знань постіндустріального суспільства.

Економіка, що орієнтована на знання як на найбільш ефективну виробничу силу сучасності, вимагає стимулювання і підтримки як безпосередніх виробників цієї рушійної сили – науковців, дослідників, винахідників нових ідей, пропозицій, інноваційних проектів, так і підприємців, що безпосередньо перетворюють ці ідеї, пропозиції в інноваційну продукцію, товари, послуги.

Як свідчать результати низки досліджень, у середньому на 100 успішно реалізованих нововведень близько 75 з'являються у відповідь на потреби споживачів, і лише 25 – у результаті впровадження нових ідей, що виникають у ході проведення НДДКР [11, с. 21].

Результати науково-дослідної та творчої діяльності є інтелектуальним продуктом. Втілений у винаходи, відкриття, наукові звіти, патенти, інноваційні проекти, раціоналізаторські пропозиції інтелектуальний продукт стає товаром на ринку інновацій, що діє у складі інноваційної інфраструктури країни.

Ринок інновацій, як і будь-якій іншій ринок – це економічна система, у рамках якої відбувається узгодження і реалізація економічних інтересів між продавцями і покупцями за допомогою механізму ринкових цін. Він належить до одного зі спеціалізованих видів ринку.

Дослідження і розкриття сутності економічної категорії «ринок інновацій» свідчить про необхідність уточнення цього поняття з урахуванням його ролі у складі національної інноваційної системи. Так, деякі дослідники [9, с. 94] вважають, що зміст його очевидний із назви: ринок інновацій – це вся сукупність ринкових відносин, що виникають у процесі розроблення, створення, впровадження та реалізації нових технологій, товарів або послуг. Інші вчені [5], перералічуючи його основні властивості, зазначають, що, володіючи багатьма рисами товарного ринку, ринок інновацій разом із тим має свою специфіку, яка багато в чому визначається специфікою пропонованого товару (інновацій). Таким чином, ринок інновацій характеризується:

- значною різноманітністю товарів;
- більша частина товару підпадає під право інтелектуальної власності;
- має глобальний характер;
- пропозиція переважає над попитом;
- основна мета покупців – отримати певний економічний ефект та конкурентні переваги.

Крім того, специфіка ринку інновацій полягає у тому, що вартість і ціна нововведень на ринку формуються під впливом економічної результуючої взаємодії факторів конкретного виробництва, а не лише величини сукупного попиту та пропозиції [2]. Тобто попит і пропозиція на ринку інновацій не є основними ціноутворюючими факторами. Усе залежить від економічних факторів конкретного виробництва. Таке визначення стосується специфіки виключно ринку інновацій.

Результуючим втіленням інновацій стає готова продукція кінцевого призначення

(виробничого чи споживчого), яка надходить на ринок інноваційної продукції, товарів, послуг. Інноваційна продукція – це продукція, яка є новою або значно вдосконаленою в частині її властивостей або способів використання. Новими продуктами вважаються товари та послуги, що істотно відрізняються своїми характеристиками або призначенням від продуктів, що виготовлялися підприємством раніше. Значні покращення можуть здійснюватися за рахунок змін у матеріалах, компонентах та інших характеристиках виробів, що поліпшують їх властивості. Сюди входять значні вдосконалення у технічних характеристиках, компонентах та матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні та інших функціональних характеристиках. Успішне просування інноваційного товару чи послуги до споживача дає можливість отримати кінцевий результат інноваційної діяльності та досягти запланованого економічного ефекту.

Процес комерціалізації наукових ідей і пропозицій являє собою процес виведення інновацій на ринок. Ринок інновацій на відміну від інших товарних ринків є ринком економічного розвитку, прискорення науково-технічного прогресу.

Визначають такі важливі функції ринку інновацій у сучасній економіці знань [7]:

- комерціалізація і впровадження у виробництво наукових ідей, пропозицій, ноу-хау у вигляді інноваційних продуктів, процесів чи послуг;
- вибір перспективних напрямів інвестування в інноваційній сфері;
- задіяння ринкового механізму регулювання: попиту та пропозиції як на наукові ідеї, пропозиції, винаходи, так і на готові для споживання і використання інноваційні продукти, технології, послуги;
- підвищення конкурентоспроможності продукції інноваційно активних підприємств;
- розбудова інноваційної інфраструктури, національної інноваційної системи країни;
- стимулювання інноваційної діяльності;
- розвиток національної економіки країни.

Готові інноваційні продукти відповідають усім ознакам товару, а їх обмін на ринках збуту здійснюється шляхом укладення комерційних угод.

Нова ідея, наукова пропозиція, яка з'являється на ринку у вигляді об'єкта інтелектуальної власності, не завжди зрозуміла для бізнесменів, інвесторів, виробників і не дає повної гарантії можливості її практичної реалізації та отримання від її впровадження очікуваного прибутку. Необхідна різнобічна апробація інноваційних пропозицій, відпрацювання технології, виготовлення пробних зразків у виробничих умовах, економічний аналіз витрат і можливих надходжень. Необхідна сполучна ланка між наукою і виробниками, яка здатна перетворювати наукові ідеї у реальний інноваційний проект, щоб на його основі можна було створити готову інноваційну продукцію, новітні товари, послуги.

Проект являє собою комплекс науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних та інших заходів, що відповідним чином організовані, оформленні комплектом проектно-кошторисної документації та забезпечують ефективне вирішення конкретного науково-практичного завдання. Інноваційний проект – це дорожня карта, запланована послідовність шляхів досягнення взаємозв'язаних цілей і програм, що необхідні для практичної реалізації інноваційної ідеї. Сучасний ринок інновацій визначається як механізм, що здійснює відбір перспективних наукових ідей і забезпечує процеси створення і поширення інновацій. Таким чином, можна вважати, що інновації як товар існують у трьох вимірах, або сутностях:

- 1) інновації як ідеї, наукові пропозиції, об'єкти права інтелектуальної власності;
- 2) інновації як інноваційні проекти з економічним обґрунтуванням, що надає довіру і впевненість інвесторам та бізнесменам у доцільності їх впровадження у виробництво; сюди також можна віднести пробні зразки нової продукції, випуск партії нової продукції венчурною фірмою або фірмою-експлерентом;
- 3) інновації як повністю готова для продажу споживачам інноваційна продукція, обладнання чи послуги.

Для кожного з цих етапів розвитку та впровадження інновацій існують свої окремі ринки продажу, продавці, посередники і покупці. Таким чином, загальний ринок інновацій залежно від виду інноваційного товару поділяють на три складові частини: ринок об'єктів права інтелектуальної власності, ринок інноваційних проектів і ринок готової до споживання інноваційної продукції (рис. 1).



Рисунок 1 – Складові ринку інновацій та послідовність здійснення купівлі-продажу між суб'єктами інноваційної діяльності (розроблено автором)

Розділ 3 Інноваційний менеджмент

Для ефективного функціонування ринку інновацій, як і будь-якого іншого ринку, необхідна наявність суб'єктів господарювання – продавця і покупця. Продавцями інновацій є науково-дослідні установи, університети, дослідно-конструкторські та технологічні бюро, експериментальні заводи, лабораторії тощо, які офіційно фіксують в якості товару свої інноваційні пропозиції, наукові ідеї та інші досягнення, що отримали статус об'єктів права інтелектуальної власності.

Відомо, що в ринковій економіці в умовах високої конкуренції лише 6-8% наукових досліджень перетворюються в новий продукт або процес [10]. Вчені та розробники здебільшого не знають ринку і не завжди уявляють, яким чином отримані ними наукові результати можуть бути трансформовані в ринковий продукт. Тому призначення фірм-посередників як покупців на ринку інновацій за своїм змістом являє собою діяльність із підвищення ефективності практичного використання результатів наукових ідей, пропозицій, досліджень та зниження ступеня ризику інноваційних проектів. Склад ринку об'єктів інтелектуальної власності поданий у табл. 1.

Таблиця 1 – Склад ринку об'єктів інтелектуальної власності (розроблено автором)

Продавці	Покупці
Виробники об'єктів інтелектуальної власності, ноу-хау, раціоналізаторських пропозицій, власники ліцензій, патентів, свідоцтв	Розробники інноваційних проектів, посередники, інші суб'єкти інноваційної інфраструктури, що здійснюють посередницькі функції
<ul style="list-style-type: none"> – вищі навчальні заклади, університети; – науково-дослідні та дослідно-конструкторські організації; – галузеві науково-дослідні інститути; – науково-дослідні та експериментальні лабораторії підприємств; – колективи винахідників; – окремі винахідники; – дослідники; – раціоналізатори 	<ul style="list-style-type: none"> – державні фонди та програми; – недержавні фонди, гранти та програми; – дослідно-конструкторські, проектно-конструкторські інститути; – інформаційно-технологічні агентства; – венчурні фонди та «бізнес-ангели»; – фінансові фірми, установи; – пошукачі («тхори») найбільш перспективних бізнес-ідей; – розробники проектів стартапів; – фірми-експерти; – центри трансферу та комерціалізації інновацій; – консалтингові компанії, інноваційні центри та бізнес-інкубатори, які надають різноманітні брокерські, консультаційні або юридичні послуги, включаючи захист і просування на ринок інтелектуальної власності розробників

До об'єктів інтелектуальної власності відносять також ноу-хау і раціоналізаторські пропозиції, які мають цінність як конфіденційна інформація, що не підлягає правовій охороні. Ліцензії на права інтелектуальної власності можуть поділятися на патентні і безпатентні. Поряд з патентними ліцензіями існують і безпатентні ліцензії на ноу-хау (непатентовані науково-технічні дослідження та виробничий досвід конфіденційного

характеру), власники яких на відміну від запатентованого дослідження мають природну монополію на їх використання. Основними чинниками, що стримують упровадження результатів науково-технічної діяльності в економіку країни, є недостатня компетентність бізнесменів і керівників промислових підприємств, які найчастіше не усвідомлюють, що конкурентоспроможність сучасного підприємства значною мірою залежить від своєчасної реалізації новітніх науково-дослідних розробок у рамках інноваційних проектів. З іншого боку, вчені не завжди знаходять шляхи комерціалізації результатів своїх досліджень, методів оцінювання їх вартості, пошуку потенційних покупців, юридичного оформлення передачі розробок і забезпечення охорони прав на передані об'єкти інтелектуальної власності [12, с. 17].

Упровадження інновацій завжди пов'язане з підвищеним рівнем ризику. Більшість виробників, підприємців та інвесторів досить скептично відносяться до наукових ідей чи інноваційних пропозицій, які ще не апробовані на практиці. Тому виникає необхідність доведення наукових ідей, пропозицій, новітніх технічних розробок до виду інноваційного проекту, переконливого у своїй рентабельності та зрозумілого для інвесторів і підприємців. Таку роботу виконують фірми-посередники, які стають сполучною ланкою між наукою та бізнесом, допомагають упровадженню і комерціалізації інновацій.

Одним із багатьох прикладів діяльності таких посередників є університет в Осло (Норвегія), де були створені міждисциплінарні команди, які активно працювали на початкових стадіях реалізації та адаптації наукових інноваційних ідей до реальних умов, що склалися у певному бізнес-середовищі. Завданням цих команд була насамперед академічна експертиза. Фахівців, що забезпечують початковий пошук і експертизу доцільності та перспективності подальшого розроблення інноваційної ідеї, в термінології інноваційної економіки (за аналогією з загальноприйнятими біржовими поняттями «беки» і «ведмеді») прийнято називати «тхорами». У перекладах з англійської мови через співзвучність дієслів: *to ferret out* – вивідувати, вишукувати; *to ferret* – розвідувати, ритися, виганяти з нір, полювати з тхором (на кроликів); та іменника *ferret* – тхір; із російської мови – хорёк. Такі команди вже існують у більшості розвинених країн. Високоосвічені професійні посередники вишукують серед новітніх наукових розробок ідей і пропозицій найбільш перспективні і доводять їх до стадії інноваційного проекту з чіткими економічними перспективами, наочними моделями, продаючи їх виробникам для практичної реалізації. Під час планування, аналізу ризиків тощо на інших початкових етапах реалізації інноваційного процесу виробникам потрібен перший поштовх. У цьому сенсі заслуговує вивчення досвід Світового банку щодо створення команд шукачів-аналітиків («тхорів»), які дають поради менеджерам банків під час проведення операцій.

До посередників, які здійснюють свою діяльність на ринку інновацій, відносять також стартап-фірми, фірми експлоренти, віоленти і патіенти. Уперше термін «стартап» з'явився у США у 1939 році в Каліфорнії, де на базі фірм-стартапів була створена всесвітньо відома мережа кластерних бізнес-утворень «Силіконова долина». Стартап-фірма (від англ. *start-up* – запускати) – це шойно створена фірма (яка, можливо, навіть не є ще юридичною особою), що перебуває на початковій стадії розвитку і буде свій бізнес на пошуку та початку впровадження наукових інноваційних ідей або нових технологій. У процесі розвитку така бізнес-структура проходить 5 стадій: посівну

Розділ 3 Інноваційний менеджмент

стадію (*seed stage*), стадію запуску (*startup stage*), стадію зростання (*growth stage*), стадію розширення (*expansion stage*) і стадію «виходу» (*exit stage*). Основним завданням стартап-фірм є пошук і дослідження перспективних ринків.

Для забезпечення активного розвитку ринку, де товаром є об'єкти інтелектуальної власності, необхідне залучення організацій із різним інноваційним потенціалом, таких як фірми-експлеренти, віоленти, патіенти, для яких характерні малий розмір, володіння спеціальними знаннями, гнучкість технології, готовність до ризику заради майбутнього прибутку, спрямованість на підтримання ринку через задоволення локальних потреб регіону. На перших етапах розроблення перспективних інноваційних ідей більш активні фірми-експлеренти, для яких це може стати шансом на зміцнення свого фінансового стану.

Експлерентом є підприємство, що спеціалізується на створенні нових чи радикально змінених старих сегментів ринку й отримує надприбуток за рахунок великої наукоємності своєї продукції внаслідок піонерного виведення її на ринок. Фірми-експлеренти невеликі за розмірами та працюють переважно на стартових етапах упровадження інноваційної продукції. Експлеренти вишукують інноваційні ідеї, наукові пропозиції, випробовують їх і пропонують для середнього і великого бізнесу. Вважається, що фірми-експлеренти підготували умови для розвитку інноваційної економіки ЄС.

До віолентів відносять підприємства, що орієнтуються на інновації, які здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй такий рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів. Склад ринку інноваційних проектів поданий у табл. 2.

Таблиця 2 – Склад ринку інноваційних проектів (розроблено автором)

Продавці	Покупці
Розробники інноваційних проектів, посередники, інші суб'єкти інноваційної інфраструктури, що здійснюють посередницькі функції	Підприємства-виробники інноваційної продукції, товарів обладнання, послуг
– дослідно-конструкторські, проектно-конструкторські інститути; – інформаційно-технологічні агентства; – венчурно-технічні та фінансові фірми, установи; – пошукачі («хори») найбільш перспективних бізнес-ідей, розробники стартапів, експлеренти, віоленти	– стартап-фірми; – венчурні підприємства; – інноваційно активні виробничі та сервісні підприємства; – державні та муніципальні органи влади; – фірми-віоленти

На інноваційному ринку як продавцями, так і покупцями, є переважно організації, підприємства та різноманітні установи. Розроблені й апробовані інноваційні проекти купують насамперед стартап-фірми та інноваційно активні виробничі підприємства. У випадку достатнього розроблення та обґрунтування інновацій виникає необхідність збільшення ресурсів, тоді фірма-експлерент продає проект або вступає в альянс із великою виробничою компанією і спільно розширює випуск інноваційної продукції. У процесі реалізації інноваційних проектів головна роль може належати фірмам-патієнтам

та віолентам, які забезпечать поширення випуску інноваційної продукції. Покупцями апробованих інноваційних проектів стають виробничі організації, фірми, заводи, що застосовуватимуть інновації у безпосередніх операційних процесах для створення нових товарів та послуг.

Традиційно найбільш активний попит на інноваційну продукцію спостерігається в машинобудуванні, харчовій і легкій промисловості.

Ринок інновацій є основою становлення і розвитку інноваційної інфраструктури країни. Інфраструктура інноваційного розвитку України перебуває в умовах недофінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, що призвело до занепаду багатьох наукових шкіл, скорочення обсягів наукових та науково-технологічних досліджень, зменшення інноваційних пропозицій на ринку об'єктів інтелектуальної власності, що відбивається і на всіх інших інноваційних ринках.

Висновки. Ринок інновацій – це узагальнене поняття, що охоплює всі процеси комерціалізації, які виконуються на різних етапах розроблення і впровадження інновацій. Як послідовний ряд ринкових відносин, що виникають у процесі перетворення наукової ідеї, пропозиції спочатку в інноваційний проект, а потім в інноваційний продукт, ринок інновацій складається з трьох частин: ринку об'єктів інтелектуальної власності, ринку інноваційних проектів та ринку готової для споживання інноваційної продукції, товарів, послуг. На ринку інновацій прямо чи опосередковано діють, реалізуючи свої комерційні і некомерційні інтереси, усі суб'єкти інноваційної діяльності. Суб'єкти інноваційної діяльності на відповідних ринках інновацій на різних етапах комерціалізації інновацій стають замовниками, покупцями або продавцями.

Основне призначення ринку інновацій – комерціалізація всіх етапів інноваційної діяльності. Об'єкти ринку інновацій на кожному з етапів мають певну споживчу вартість, що дозволяє суб'єктам ринку виконувати комерційний обмін та отримувати прибуток. Ринок продуктів інтелектуальної власності, здебільшого – це ринок теоретичних ідей, який потребує, крім наукового, ще й практичного обґрунтування. Особливістю комерціалізації інновацій на початкових стадіях є складність визначення вартості об'єктів інтелектуальної власності, дослідження кон'юнктури ринку.

Ринок інновацій не має визначеного місця для проведення ринкових операцій купівлі-продажу. Він функціонує завдяки рекламі, засобам масової інформації, консалтинговим організаціям, бізнес-центрам, бізнес-інкубаторам, виставкам, презентаціям тощо. Держава шляхом фінансування, призначення грантів, визначення пріоритетних напрямків досліджень, обґрунтованої інноваційної політики формує орієнтири подальшого розвитку інноваційної економіки країни. Становлення ринку інновацій обумовлено нормами чинного законодавства у сфері наукового та інноваційного розвитку, дотриманням прав інтелектуальної власності і збільшенням попиту на нові розробки, товари, технології, що краще задовольняють потреби споживачів.

Необхідною умовою становлення ринку інновацій є формування постійного попиту на інноваційну продукцію. Тому **подальшого дослідження** потребують процеси становлення ринку інновацій, як системи економічних відносин із приводу розроблення, впровадження і дифузії нововведень, які задовольняють існуючі та створюють нові потреби споживачів.

1. Брітченко І.Г. Складові ринку інновацій / І.Г. Брітченко, А.О. Князевич // Інвестиційно-інноваційні засади розвитку національної економіки в ринкових умовах : зб. матер. Міжнарод. наук.-практ. конф. (24-25 квітня 2015 р.). – Ужгород ; Мукачево : Вид-во «Карпатська вежа», 2015. – С. 21-24.
 2. Горячева И.А. Особенности рынка научно-технической продукции / И.А. Горячева // Татишевские чтения : актуальные проблемы науки и практики : сб. матер. Междунар. науч. конф., (20-23 апреля 2005 г.). – Ч. 2. – Тольятти, 2005. – С. 180-183.
 3. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество : природа, противоречия, перспективы : учеб. пособ. / В.Л. Иноземцев. – М. : Логос, 2000. – 304 с.
 4. Каракай Ю.В. Маркетинг на ринку інноваційних товарів : автореф. дис. ... д-ра екон. наук / Ю.В. Каракай ; ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана». – К., 2008. – 32 с.
 5. Кузнецова С.А. Развитие инновационного рынка как механизма распространения наукоемкой продукции : монография / С.А. Кузнецова, В.Д. Маркова. – Новосибирск, 2002. – 107 с.
 6. Марущак О.Я. Дослідження ринку інновацій України / О.Я. Марущак, Н.С. Косар // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – №4. – С. 310-312.
 7. Петрова Л.І. Становлення ринку інновацій в контексті економічної безпеки України / Л.І. Петрова // Ефективна економіка. – 2013. – №8. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2221>.
 8. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 року № 40-IV (зі змін. та доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №36. – С. 266.
 9. Светуньков М.Г. Предпринимательство и инновации : монография / М.Г. Светуньков, С.Г. Светуньков. – Ульяновск : Изд-во УлГТУ, 2010. – 128 с.
 10. Федулова Л.І. Особливості економіки знань на сучасній фазі розвитку суспільства : теорії і практики розбудови в Україні / Л.І. Федулова, Т.М. Корнеєва // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №4(106). – С. 73-86.
 11. Шерстобитова Т.И. Маркетинг инноваций : учеб. пособие / Т.И. Шерстобитова. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2009. – 126 с.
 12. Шовкалюк В.С. Інноваційний розвиток України : особливості 2012 року / В.С. Шовкалюк // Наука України у світовому інформаційному просторі. – К. : Академперіодика, 2013. – Вип. 7. – С. 14-25.
-
1. Britchenko, I.H., & Kniazevych, A.O. (2015). Skladovi rynku innovatsii [The components of market of innovations]. *Investytsiino-innovatsiini zasady rozvytku natsionalnoi ekonomiky v rynkovykh umovakh – Investment and innovation bases of development of national economy in market conditions: Proceeding of the International Scientific and Practical Conference.* (pp. 21-24). Uzhhorod-Mukachevo: Karpatska vezha [in Ukrainian].
 2. Horiacheva, I.A. (2005). Osobennosti rynku nauchno-tehnicheskoi produktsii [Features of the market of scientific and technical production]. *Tatishhevskie chteniia : aktualnye problemy nauki i praktiki – Tatishchev reading: actual problems of science and practice: Proceeding of the International Scientific Conference.* (Vols. 2). (pp. 180-183). Toliatti [in Russian].
 3. Inozemcev, V.L. (2000). *Sovremennoie postindustrialnoie obshchestvo : priroda, protivorechija, perspektivy [The modern post-industrial society: nature, contradictions, prospects]*. Moscow: Logos [in Russian].
 4. Karakai, Yu.V. (2008). Marketynh na rynku innovatsiinykh tovariv [Marketing on the market of innovative products]. *Extended abstract of Doctor's thesis.* Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
 5. Kuznecova, S.A. & Markova, V.D. (2002). *Razvitie innovacionnogo rynku kak mehanizma rasprostraneniia naukoemkoi produktsii [Development of the innovation market as a mechanism for dissemination of high-tech products]*. Novosibirsk [in Russian].

6. Maruschak, O.Ya., & Kosar, N.S. (2011). Doslidzhennia rynku innovatsii Ukrainy [Research of market of innovations of Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnik» – Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*, 8, 310-312 [in Ukrainian].
7. Petrova, L.I. (2013). Stanovlennia rynku innovatsii v konteksti ekonomichnoi bezpeky Ukrainy [The formation of market of innovations in the context of economic security of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 8. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2221> [in Ukrainian].
8. Zakon Ukrainy «Pro innovatsijnu diialnist» [Law of Ukraine on innovative activity]. (2002). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy – Bulletin of Verkhovna Rada of Ukraine*, 36, 266 [in Ukrainian].
9. Svetunkov, M.H., & Svetunkov, S.H. (2010). *Predprinimatelstvo i innovatsii [Entrepreneurship and innovations]*. Ulianovsk: UIHTU [in Russian].
10. Fedulova, L.I., & Kornieieva, T.M. (2010). Osoblyvosti ekonomiky znann na suchasni fazi rozvytku suspilstva : teorii i praktyky rozbudovy v Ukraini [Peculiarities of knowledge economy on modern stage of development of society: theory and practice of development in Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of economics*, 4(106), 73-86 [in Ukrainian].
11. Sherstobitova, T.I. (2009). *Marketinh innovatsii [Marketing of innovations]*. Penza: PSU [in Russian].
12. Shovkaliuk, V.S. (2013). Innovatsiinyi rozvytok Ukrainy: osoblyvosti 2012 roku [Innovative development of Ukraine: features 2012]. *Nauka Ukrainy u svitovomu informatsiinomu prostori – Science of Ukraine in the global information space*, 7, 14-25 [in Ukrainian].

А.А. Князевич, канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры менеджмента, Ровенский государственный гуманитарный университет (г. Ровно, Украина)

Рынок инноваций в составе инновационной инфраструктуры страны

В статье исследуются процессы формирования рынка инноваций, от эффективности деятельности которого в значительной степени зависит возможность рационального использования существующего научно-технического потенциала страны, возрождения рынка инновационных предложений, становление инновационной инфраструктуры как ключевой составляющей для возобновления и дальнейшего развития экономики Украины.

Ключевые слова: рынок инноваций, инновационная инфраструктура, интеллектуальная собственность, нематериальные активы, инновационный проект, «хорьки», стартапы.

А.А. Knyazevich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Management, Rivne State Humanities University (Rivne, Ukraine)

Market of innovations in composition of the innovative infrastructure of country

The aim of the article is to research processes of functioning the market of innovations and the identification of its further development as a part of innovation infrastructure.

The results of the analysis. The exit of the country from the crisis and its economic growth are impossible without the widespread use of scientific and technological achievements, the introduction into production of fundamentally new ideas, technologies, innovative products and services. Intellectual labor is becoming an increasingly important major factor, an imperative for implementing the concept of the knowledge economy of post-industrial society.

The results of scientific research and creative activities are serving as an intellectual product. Embodied in inventions, discoveries, research reports, patents and innovative projects, rationalization propositions intellectual product becomes a commodity in the market of innovations that operates within the innovation infrastructure of a country.

The market of innovations is a generalized concept that covers all commercialization processes that are performed at different stages of the development and implementation of innovations. As the serial number of market relations, resulting in the process of transformation of scientific ideas into innovative

Розділ 3 Інноваційний менеджмент

project and then in innovation product, the market of innovations consists of three parts: the market of objects of intellectual property, the market of innovation projects and the market of ready for consumption innovation products, goods and services. In the market of innovations, directly or indirectly, are implementing their commercial and non-commercial interests all the subjects of innovations. Subjects of innovative activity at the relevant markets of innovations at different stages of commercialization of innovations are customers, buyers or sellers.

The innovation, as commodity exists in three entities: innovation as ideas, research proposals, objects of intellectual property rights; innovation as innovation projects; innovation as finished products, equipment or services. For each of these stages of the development and implementation of innovations have their own individual sales markets, sellers, brokers and buyers. Thus, the total market of innovations, depending on the type of innovative product, is divided into three parts: the market objects of intellectual property rights, the market innovation projects and the market of finished for consumption innovative product.

The market of innovations is the basis for the establishment and development of innovation infrastructure. The infrastructure of innovation development in Ukraine is located in conditions of underfunding R & D works. This resulted in the decline of many scientific schools, reduction of scientific and technological research, innovative proposals at the market of objects of intellectual property which is reflected in all other innovative markets.

Conclusions and directions of further researches. The main purpose of the market of innovations is the commercialization of all phases of innovation activities. Objects of innovations market at each stage have a certain use value which allows subjects of the market to carry out commercial exchange and make profit. The market of intellectual property products in most cases is the market of theoretical ideas that besides research needs, also practical justification. The peculiarity of the commercialization of innovations at early stages consists in the difficulty to determine the value of objects of intellectual property, the research of market conditions. Thus, the market of innovations is a system of economic relations concerning the development, implementation and diffusion of innovations which satisfy existing and create new consumer needs. A necessary condition for becoming the market of innovations is the formation of constant demand for innovative products.

Keywords: market of innovations, innovation infrastructure, intellectual property, intangible assets, innovative project, «ferrets», startups.

Отримано 29.06.2015 р.