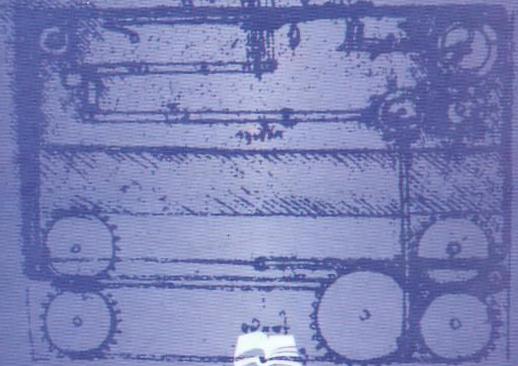


Handwritten text in a cursive script, likely a title or author's name, located at the top of the cover.



МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ І ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ

Handwritten text in a cursive script, located below the title.



Університетська
КНИГА

Handwritten text in a cursive script, located at the bottom of the cover.

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ І ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ

Монографія

За загальною редакцією С.М. Илляшенка



Суми
Університетська книга
2008

УДК 658.8.001.76:658.62.009.12
ББК 65.050.24
М25

Рекомендовано до друку вченою радою Сумського державного університету. Протокол № 6 від 31 січня 2008 р.

Рецензенти:

М.П. Денисенко, д.е.н., професор (Київський національний університет технологій і дизайну);
Т.О. Примак, д.е.н., професор (Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана);
В.М. Тарасевич, д.е.н., професор (Національна металургійна академія України, м. Дніпропетровськ)

М25 **Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія /**
За ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД
«Університетська книга», 2008. – 615 с.

ISBN 978-966-680-403-0

У монографії досліджено методологічні та теоретико-методичні проблеми маркетингу інновацій і інноваційної діяльності в маркетингу. Викладено концептуальні основи маркетингу інновацій, теоретичні та методичні засади формування складових комплексу маркетингу товарних інновацій, підходи до економіко-математичного моделювання процесів розроблення і просування інновацій на ринок.

Висвітлено інноваційні підходи до розроблення і просування інновацій на ринок, управління потенціалом інноваційного розвитку на засадах маркетингу інновацій, мотивації екологічно орієнтованої інноваційної діяльності.

Для фахівців з питань маркетингу інновацій, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів.

ББК 65.050.24

ISBN 978-966-680-403-0

© Колектив авторів, 2008
© ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2008

ЗМІСТ

Вступ	7
-------------	---

Частина I

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

Розділ 1. Концептуальні основи маркетингу інновацій	12
1.1. Етапи еволюції сучасного маркетингу, класифікація його різновидів	12
1.2. Роль маркетингу та інновацій у забезпеченні економічного розвитку суб'єктів господарювання	22
1.3. Сутність, роль і завдання маркетингу інновацій на етапах інноваційного циклу	41
Розділ 2. Розвиток ринку інновацій в Україні	55
2.1. Ринок інновацій: теоретичні основи формування і функціонування	55
2.2. Специфічні особливості ринку інновацій в Україні	62
2.3. Характеристика основних суб'єктів ринку інновацій в Україні	65
2.4. Проблеми формування і розвитку інфраструктури ринку інновацій в Україні	72
Розділ 3. Особливості аналізу ринку, розроблення і відбору ідей товарних інновацій	90
3.1. Сучасні підходи до аналізу попиту на нові товари	90
3.2. Оцінювання ринкових перспектив товарних інновацій (на прикладі екологічних товарів)	105
3.3. Формалізовані методи генерації та вибору ідей нових товарів	115
Розділ 4. Маркетинг інноваційної продукції виробничо-технічного призначення	131
4.1. Проблеми забезпечення сталого розвитку на машинобудівних підприємствах	131
4.2. Первинні та вторинні інновації в умовах перехідної економіки	148
4.3. Маркетинг інновацій виробничо-технічної продукції	156

Частина II	
КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ТОВАРИХ ІННОВАЦІЙ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ	
Розділ 5. Товарна інноваційна політика сучасного підприємства	168
5.1. Розроблення товарної інноваційної стратегії підприємства на засадах маркетингу інновацій	168
5.2. Прогнозування життєвого циклу товарних інновацій	182
5.3. Оцінка портфеля замовлень науково-виробничого підприємства	193
Розділ 6. Формування системи розподілу інноваційної продукції ..	211
6.1. Теоретичні основи формування маркетингових каналів інноваційної продукції	211
6.2. Форми взаємодії учасників маркетингового каналу	228
6.3. Оптимізація структури маркетингових каналів з урахуванням інтересів споживача і виробника	239
Розділ 7. Стратегії просування товарних інновацій на споживчому ринку	255
7.1. Теоретико-методичні засади формування комплексу просування товарних інновацій	255
7.2. Управління стратегіями просування інновацій на ринок	259
7.3. Оптимізація витрат на інструменти реалізації стратегії просування інновацій	272
7.4. Визначення перспективних інструментів просування інновацій на регіональному ринку	278
Частина III	
ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ У МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ	
Розділ 8. Економіко-математичне моделювання ринкових характеристик товару	292
8.1. Методологічний аналіз основних категорій маркетингу	292
8.2. Прогнозування потреб у виробках з урахуванням економічного циклу життя товару	304
8.3. Економіко-математичне моделювання попиту в інноваційних продуктах і дослідження чинників швидкості його зміни	320
8.4. Прогнозування попиту на інноваційні товари на ранніх стадіях життєвого циклу товару	333

Розділ 9. Формалізація моделювання поведінки учасників венчурних проєктів зі створення нових продуктів	338
9.1. Проблеми підвищення ефективності функціонування нових організаційних форм інвестиційно-інноваційного бізнесу	338
9.2. Формалізація ситуації реалізації проєкту	342
9.3. Оптимальні рівні розроблення інновації	353

Частина IV

ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ

Розділ 10. Нові підходи до розроблення і реалізації комплексу просування	366
10.1. Інновації в рекламі продукції на національному і регіональному рівнях	366
10.2. Оптимізація продажу на основі аналізу показників мерчандайзингу	373
10.3. Практичні аспекти стратегічного управління виведенням і просуванням нового товару на ринок	381
10.4. Стратегічні маркетингові рішення з різним рівнем лояльності до торговельної марки	399

Розділ 11. Удосконалення підходів до оцінювання економічної ефективності маркетингових заходів	413
11.1. Попередня оцінка маркетингових пропозицій на основі розрахунку синергетичного ефекту	413
11.2. Оцінка очікуваного ефекту від удосконалених елементів комплексу маркетингу	421
11.3. Оптимізація заходів рекламної кампанії	429

Частина V

**ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВА**

Розділ 12. Складові потенціалу інноваційного розвитку підприємства, підходи та проблеми їх оцінки і реалізації	440
12.1. Інтелектуальний потенціал підприємства як головна передумова його інноваційного розвитку	440
12.2. Організація забезпечення інноваційного розвитку підприємства	459
12.3. Проблеми оцінювання і реалізації торговельного потенціалу підприємства	464
12.4. Теоретично-методологічні основи оцінки потенціалу розвитку малого та середнього бізнесу	473

Розділ 13. Інвестиційне забезпечення товарної інноваційної політики	491
13.1. Методи та механізми інвестування в продуктові інновації	491
13.2. Організаційно-економічний механізм інвестиційного забезпечення інноваційної складової товарної політики	501
13.3. Оптимізація інвестиційного забезпечення в товарній інноваційній політиці	506
Розділ 14. Управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства	515
14.1. Підхід до управління вибором стратегій реалізації потенціалу інноваційного розвитку малих і середніх підприємств-нішерів	515
14.2. Методичні засади оптимізації вибору напрямків інноваційного розвитку машинобудівних підприємств	528
Частина VI	
МАРКЕТИНГ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ	
Розділ 15. Синергетичні аспекти формування екологічних інновацій	554
15.1. Динаміка інноваційної діяльності України	554
15.2. Розвиток синергетичних зв'язків та формування екологічних кластерів в Україні	558
Розділ 16. Теоретико-методичні засади мотивації споживання екологічних інновацій	567
16.1. Теоретичні основи визначення споживацької привабливості товарних інновацій	567
16.2. Моделювання процесу прийняття споживацьких рішень на ринку інновацій	574
16.3. Мотивація екоатрибутивного споживання	589
16.4. Оцінка мотиваційного потенціалу екологізації інноваційної діяльності галузі	602
Післямова	613

ВСТУП

Аналіз світових тенденцій економічного зростання і чинників, що його обумовлюють, переконливо доводить, що чільне місце в цьому процесі посідають інновації, які забезпечують близько 80–90% (і навіть більше) приросту ВВП країн, що стали на інноваційний шлях розвитку. Вітчизняна економіка все ще має досить значний інноваційний потенціал, реалізація якого дозволить успішно конкурувати на світових ринках, зокрема: аерокосмічної техніки, озброєнь, окремих видів продукції машинобудування тощо. Однак, незважаючи на чисельні декларації, перехід до інноваційного розвитку не відбувається, що загрожує втратою інноваційного потенціалу (який постійно зменшується) і в перспективі – системним відривом від розвинених країн через несумісність економік, технологій, стандартів якості життя тощо та перетворенням у сировинний придаток і ринок збуту застарілих товарів.

Однією з причин цього (звичайно, поряд з нерозвиненістю інфраструктурного забезпечення, недостатньою законодавчою підтримкою та ін.) є проблема недостатнього врахування чи навіть ігнорування ринкових реалій: дій конкурентів, тенденцій розвитку ситуації на ринку, змін характеристик мікро- і макросередовища господарювання, реальних і перспективних запитів споживачів тощо. Практика інноваційної діяльності економічно розвинених країн свідчить, що розв'язання цієї проблеми потребує маркетингового забезпечення інноваційної діяльності на всіх етапах інноваційного циклу, починаючи з генерування ідеї інновації, комерціалізація якої дозволить привести у відповідність внутрішні можливості розвитку конкретного суб'єкта господарювання до зовнішніх, і закінчуючи виведенням і просуванням інновації на ринок.

Зважаючи на це, виокремлюють самостійний вид маркетингу – маркетинг інновацій, який визначають як діяльність, спрямовану на пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства, розроблення на цій основі нових товарів та технологій і їх просування на ринку з метою задоволення потреб і запитів

споживачів у більш ефективний, ніж конкуренти, спосіб отримання завдяки цьому прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку. Його роль у забезпеченні успіху інноваційної діяльності неухильно зростає. З іншого боку, багатогранність і різноманітність інструментарію сучасного маркетингу, який стрімко розвивається, актуалізують та надають імпульсу науковим дослідженням з інновацій у маркетингу.

З урахуванням усього вищевикладеного, колектив авторів вбачав свою мету у висвітленні основних методологічних та теоретико-методичних проблем маркетингу інновацій і інноваційної діяльності в маркетингу і пропонуванні підходів до їх розв'язання.

Книга охоплює досить широке коло проблем, що стосуються концептуальних основ маркетингу інновацій (уточнення його сутності і ролі, визначення основних завдань на етапах інноваційного циклу), особливостей розроблення маркетингової товарної, розподільчої та комунікаційної політики підприємства-інноватора, економіко-математичного моделювання ринкових характеристик товарів та процесів розроблення продуктових інновацій.

Представлені інноваційні підходи до розроблення і реалізації комплексу просування нової продукції на ринок, а також до оцінювання економічної ефективності заходів комплексу маркетингу з урахуванням їх синергетичного ефекту.

Виконаний системний та ґрунтовний аналіз проблем оцінювання і управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства, інвестиційного забезпечення товарної інноваційної політики. Розроблена низка методичних інструментів для їх розв'язання.

Значна увага приділена маркетингу екологічних інновацій, який сприяє вирішенню на ринкових засадах суперечностей між економічним зростанням і збереженням (чи навіть поліпшенням) якості навколишнього середовища, а загалом – переходу до стійкого, екологічно збалансованого соціально-економічного розвитку.

Переважну більшість наукових і прикладних напрацювань, що викладені в монографії, оприлюднено й обговорено на Першій Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу», яка відбулася 21–22 вересня 2007 р. у Сумському державному університеті (СумДУ).

У написанні монографії взяли участь науковці СумДУ, Харківського національного технічного університету «ХПТ» (НТУ «ХПТ»), Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана (КНЕУ), Полтавського університету споживчої кооперації

України (ПУСКУ), Української академії банківської справи НБУ України (УАБС НБУ), Європейського університету.

Авторами окремих розділів і параграфів монографії є:

Ілляшенко С.М., д.е.н., проф., зав. кафедри маркетингу СумДУ, науковий редактор (вступ, п. 1.3, розділ 3, п. 5.1, 5.3, п. 12.1, п. 14.1, післямова);

Заруба В.Я., д.е.н., проф., декан факультету управління бізнесом, зав. кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту НТУ ХПТ (розділ 9);

Мельник Л.Г., д.е.н., проф., зав. кафедри економіки СумДУ (розділ 15);

Перерва П.Г., д.е.н., проф., декан економічного факультету, зав. кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ ХПТ (розділ 8);

Решетнікова І.Л., д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу КНЕУ (п. 10.4);

Біловодська О.А., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу СумДУ (п. 6.1, п. 6.2, п. 10.3, п. 14.2);

Божкова В.В., к.е.н., доц., докторант кафедри маркетингу СумДУ (п. 10.2, розділ 11);

Васильєва Т.А., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту УАБС НБУ (розділ 2);

Грозний І.С., к.е.н., доцент кафедри фінансів Донецької філії Європейського університету (розділ 9);

Карпенко Н.В., к.е.н., доц., провідний наук. співр. кафедри маркетингу ПУСКУ (п. 12.4);

Олефіренко О.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу СумДУ (п. 5.3.);

Прокопенко О.В., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу СумДУ (розділ 16);

Решетнікова Г.С., к.е.н., здобувач кафедри маркетингу КНЕУ (п. 10.4);

Телетов О.С., к.т.н., доц., доцент кафедри маркетингу СумДУ (розділ 4);

Шипуліна Ю.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу СумДУ (п. 3.2, п. 14.1);

Башук Т.Ю., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (п. 12.3);

Дегтярєва І.Б., аспірант кафедри економіки СумДУ (розділ 15);

Дериколєнко О.М., здобувач кафедри маркетингу СумДУ (п. 1.3);

Ілляшенко Н.С., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (розділ 1);

Карпіценко М.Ю., асистент кафедри маркетингу СумДУ (пп. 7.1–7.3);

Мельник Ю.М., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (п. 10.1);
Карпіщенко О.О., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (п. 12.2);
Міцура О.О., асистент кафедри маркетингу СумДУ (розділ 13);
Нагорний Є.І., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (п. 10.3);
Симоненко М.Ю., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (п. 6.3);
Суярова О.Ю., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (п. 11.2, 11.3)
Троян М.Ю., аспірант кафедри маркетингу СумДУ (п. 7.4,
п. 16.2);
Ходак М.І., здобувач кафедри економічної кібернетики та мар-
кетингового менеджменту НТУ «ХПІ» (розділ 9);
Школа В.Ю., асистент кафедри маркетингу СумДУ (п. 5.2);

Монографія підготовлена в рамках досліджень кафедри мар-
кетингу СумДУ за науковою темою «Управління інноваційним
розвитком підприємств в умовах формування інформаційної еко-
номіки», № держреєстрації 0105U009180.

Автори будуть щиро вдячні за висловлені критичні зауважен-
ня колег і зацікавлених осіб щодо наукових розробок, викладе-
них у монографії.

:(1.1)!

Розвиток ринку інновацій в Україні

2.1. Ринок інновацій: теоретичні основи формування і функціонування

Формування ринку інновацій на сьогодні стало ключовою і узагальнюючою вимогою до інвестиційних пріоритетів господарських систем, що обумовлене змістом сучасного процесу економічного розвитку. Формування ринку інновацій стало постійним супутником економічного розвитку, з чинника зовнішнього (екзогенного) інновації перетворилися на чинник ендогенний. У цих умовах принципового значення набуває політика стимулювання інвестування у внутрішній ринок інновацій, формування ринку високих технологій. Поширення новітніх технологій відповідно до принципу акселерації зумовлює розвиток пріоритетних інвестиційних сфер і створення необхідних передумов для модернізації інших галузей, які, у свою чергу, забезпечують реалізацію науково-технічних пріоритетів [1].

Ринок інновацій є формою економічних відносин між власником інтелектуальної власності та покупцем права володіння, користування й розпорядження, у результаті яких відбувається еквівалентний обмін платоспроможного попиту покупця на споживчу цінність, що міститься в науково-технічній продукції.

Відповідаючи багатьом рисам товарного ринку, ринок інновацій водночас має свою **специфіку** (рис. 2.1), яка багато в чому визначається специфікою його товару (інновацій) (рис. 2.2).

Інноваційна продукція є результатом інтелектуальної (науково-дослідної, науково-технічної та інноваційної) діяльності. Вона може бути визнана товаром, якщо є засобом поглиблення,

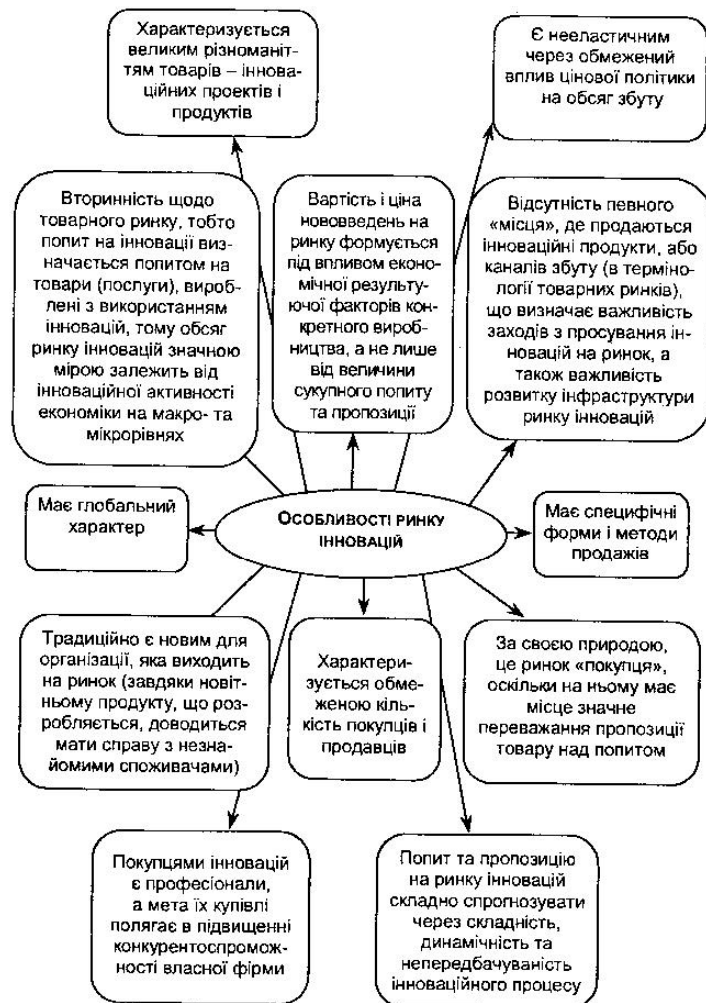


Рис. 2.1. Специфічні особливості ринку інновацій

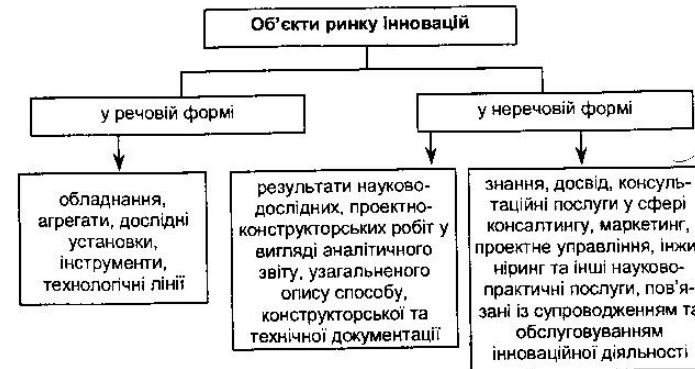


Рис. 2.2. Об'єкти ринку інновацій

розширення і отримання нових знань, а її використання забезпечує економію витрат суспільної праці при збереженні споживчої вартості матеріального продукту, створеного на її основі. **Інноваційна продукція як товар на ринку інновацій** відрізняється від звичайних товарів тим, що в певний конкретний момент часу вона може мати споживчу вартість, тобто підлягати комерціалізації, а може й не мати (не бути товаром), але в майбутньому здатна проявити її.

Результати НДДКР у разі їх реалізації на ринку мають відповідати всім вимогам, що висуваються до товару як до елемента ринкового механізму, але при цьому вони мають певні **особливості**, а саме:

- пов'язані зі специфікою науково-технічної розробки як об'єкта інтелектуальної власності;
- від науково-технічної розробки до отримання покупцем конкретного ринкового комерційного результату від його використання лежить довгий шлях;
- кожний інноваційний товар є новим для ринку, що певним чином впливає на стратегію та тактику її комерціалізації [2–7].

Попит на ринку інновацій може бути ініційованим власне науковим співтовариством, промисловістю або суспільством у широкому його розумінні. У багатьох випадках створення нововведення автоматично не передбачає наявності попиту на нього, оскільки характерною особливістю інновацій є високий ступінь їх ринкової і технологічної невизначеності.

Ринкова невизначеність полягає у відсутності інформації щодо характеру і ступеня задоволення тієї або іншої потреби ринку за допомогою нової наукоємної продукції. У разі появи на ринку принципово нової продукції важко передбачити реакцію споживача через його необізнаність про власні запити. Ринкова невизначеність обумовлена такими причинами:

- споживач ще не знає, яким чином нова продукція може задовольнити його потреби або якою мірою нові продукти кращі за ті, що вже існують;
- поведінка споживача залежить від впливу багатьох чинників і не може бути передбачена навіть у разі купівлі нової продукції;
- у разі визнання споживачем переваг нової продукції виникає проблема її сумісності з іншою, що вже використовується споживачем;
- важко передбачити швидкість, масштаби поширення нововведення і ступінь задоволення попиту, визначити обсяг його потенційного ринку та наміри конкурентів.

Технологічна невизначеність полягає у відсутності у виробника впевненості в тому, чи зможе продукція задовольнити усвідомлені запити потенційних споживачів. Технологічна невизначеність обумовлена цілою низкою причин, що впливають на положення і поведінку виробника, а саме:

- нестабільністю і нерозвиненістю каналів реалізації продукції та загрозою недотримання встановлених і узгоджених термінів її постачання;
- відсутністю можливостей післяпродажного і гарантійного обслуговування;
- виявленням непередбачених побічних ефектів, що становлять в собі ризик конфліктів із законодавством і громадськістю в разі використання нової технології;
- складність визначення своєчасності виходу нової продукції на ринок, на якому ще достатньо товарів, до яких звик споживач.

Головною умовою та рушійною компонентою ефективної інноваційної діяльності є конкурентоспроможна інфраструктура ринку інновацій. Якісний рівень розвитку інноваційної інфраструктури й ефективне функціонування ринку інновацій визначають тривалість реалізації процесу нововведень, формують пріоритетний портфель інновацій, сприяють досягненню бажаних результатів інноваційної діяльності.

Інноваційна інфраструктура – це сукупність політичних, економічних, правових, управлінських, фінансових, інформаційних, наукових та інших інститутів ринку інновацій, що створюють умови для ефективної реалізації інноваційної діяльності.

У роботі [8] наголошується, що інноваційна інфраструктура – це організації, що сприяють здійсненню інноваційної діяльності. До таких організацій належать структури НДДКР усіх рівнів, технопарки, технополіси, інноваційно-технологічні центри, навчальні й дослідні господарства, демонстраційні майданчики та ін. Інфраструктура національної інноваційної системи охоплює центри трансферу технологій, інноваційно-технологічні центри, інноваційно активні економічні зони, фонди підтримки науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, фонди стартового і венчурного фінансування, організації, що входять до складу державної системи науково-технічної інформації, центри підготовки спеціалізованих кадрів із забезпечення інноваційної діяльності й інші організації, що сприяють розвитку інноваційної діяльності.

Ефективний механізм функціонування інфраструктури ринку інновацій має відповідати таким вимогам:

- розподілення (децентралізація) за регіонами, що дозволяє на місцях виконувати завдання повного інноваційного циклу від маркетингу і техніко-економічного обґрунтування до задачі інноваційного об'єкта «під ключ»;
- високий науково-технічний потенціал суб'єктів ринку інновацій;
- повна інтеграція інфраструктурної складової ринку інновацій з фінансово-кредитним забезпеченням;
- наявність розвиненої системи інформаційного забезпечення;
- висока гнучкість і адаптивність;
- універсальність, що дозволяє забезпечити розв'язання проблеми реалізації інновацій в будь-якій сфері виробничого або обслуговуючого секторів економіки;

- професіоналізм, що базується на якісному обслуговуванні замовників – суб'єктів інноваційної діяльності;
- повна укомплектованість інфраструктури ринку інновацій з метою своєчасного і ефективного досягнення кінцевих результатів інноваційної діяльності;
- формування механізмів накопичення інноваційного досвіду.

Увесь спектр економічних відносин з приводу *купівлі-продажу на ринку інновацій* результатів наукової, інноваційної діяльності та надання послуг у цій сфері прийнято узагальнювати в понятті «технологічний обмін», або «передача (трансфер) технологій».

Такий підхід ґрунтується на сучасному розумінні суті технології, яка охоплює як технічні засоби, систему відповідних навичок і знань, так і фінансові, матеріально-технічні, кадрові й інформаційні ресурси, виробничу культуру, систему адекватного управління, соціальне й природне середовище, в якому реалізується технологічний процес, а також систему соціально-економічних наслідків (перш за все – екологічних).

Продавці (розробники) та покупці інновацій стикаються з однією і тією самою проблемою – проблемою ефективного трансферу та комерціалізації накопичених науково-технічних напрацювань і нових НДДКР. Трансфер розробок відбувається тоді, коли підприємство-розробник нової технології з тих чи інших причин не може успішно комерціалізувати науково-технічні проекти, поступаючись ними іншому підприємству, або ж здійснює цілеспрямовану діяльність з нетрадиційного використання цих результатів в інших сферах застосування.

Залучення до господарського обігу результатів науково-технічної діяльності та об'єктів інтелектуальної власності у сфері науки і технологій (трансфер технологій) є процесом передачі прав на використання результатів науково-технічної діяльності (новацій як носіїв нових цінностей – вартості) іншим суб'єктам інноваційної діяльності, що здійснюється в законодавчо встановлених умовах.

Передача технології може відбуватися в різних формах, у різні способи й за різними каналами. Вона може здійснюватися на комерційній і некомерційній основах, бути внутрішньо-

Таблиця 2.1. Форми передачі технологій на ринку інновацій

Форма передачі технологій	Складові елементи	Характеристика
1	2	3
(за рівнем регламентації та договірних відносин)		
Некомерційна	<ul style="list-style-type: none"> - спеціальна література, комп'ютерні банки даних, патенти, довідники; - конференції, виставки, симпозиуми, семінари; - навчання, стажування, практика; - перехресне ліцензування на паритетній основі; - міграція вчених і фахівців з наукових у комерційні структури й назад 	основний потік передачі технології припадає на некомерційну, непатенто-спроможну інформацію – фундаментальні дослідження, наукові відкриття і незапатентовані винаходи. Здійснюється вільно та не потребує договірно-правового оформлення і регламентації
Комерційна	<ul style="list-style-type: none"> - продаж технології в матеріальному вигляді; - прямі інвестиції та супроводжуючі їх будівництво, реконструкція, модернізація підприємств, виробництв; - портфельні інвестиції; продаж патентів; - продаж ліцензій на всі види запатентованої промислової власності, крім товарних знаків; - продаж ліцензій на незапатентовані види промислової власності – ноу-хау, секрети виробництва, технологічний досвід та ін.; - спільне проведення дослідно-конструкторських робіт, науково-виробничої кооперація; - інжиніринг 	оформлюється у вигляді договору (ліцензійного, про науково-технічну співпрацю, спільне виробництво або договору купівлі-продажу)
(за напрямком передачі технологій)		
Вертикальна		міжорганізаційний процес, що здійснюється за стадіями циклу «дослідження – виробництво»
Горизонтальна		внутрішньоорганізаційний процес передачі інформації з однієї наукової сфери в іншу

Продовження табл. 2.1

1	2	3
(за кількістю учасників і ступенем їх участі)		
Активна		посередником між постачальником і отримувачем обов'язково є яка-небудь нейтральна організація, що бере на себе обов'язок допомогти постачальнику знайти найвигіднішого покупця його технології
Пасивна		виробник технології сам шукає собі партнера, беручи на себе всі ризики як ініціатор інновацій, так і їх комерційної реалізації

організаційною, внутрішньодержавною й міжнародною. У табл. 2.1 подана узагальнена класифікація форм передачі технологій на ринку інновацій.

2.2. Специфічні особливості ринку інновацій в Україні

Як зазначають вітчизняні й зарубіжні експерти, сьогодні в Україні існує багато чинників, що знижують ефективність інноваційного процесу: недостатній рівень фінансування науково-технічних робіт, слабкий розвиток інфраструктури трансферу технологій, зниження рівня «інтелектуалізації» експорту й зростання імпортозалежності країни, недостатній рівень інформаційного забезпечення інноваційної сфери, недосконалість податкової системи і повільний розвиток ефективних форм інноваційної діяльності.

Одним з найважливіших обмежень переходу України до інноваційного шляху розвитку є слабкість позицій нашої країни на світовому ринку інновацій та високотехнологічних продуктів і послуг. *Обсяг світового ринку інновацій* нині оцінюється у 2 трлн 300 млрд дол. США. З цієї суми частка США становить 39%, Японії – 30%, Німеччини – 16%, а частка України становить менше ніж 0,1%. Сьогодні на світовому ринку інновацій спостерігається тенденція до розподілу сфер впливу. У найближчі два-три

роки як мінімум 3–5% його обсягу поділять між собою країни, що не належать нині до лідерів [9].

Ринок інновацій в Україні тільки-но починає формуватися. Передумови для його розвитку і повноцінного функціонування в нас є, врешті-решт, він буде складовою частиною всього ринкового механізму господарювання.

Ринок інновацій, що формується в Україні, має декілька *особливостей*:

- для нього характерна відносна монополія більшості науково-дослідних інститутів і конструкторських бюро, низький рівень конкуренції;
- науково-технічна сфера сформувала достатній запас напрацьованих НДДКР минулих років, але для їх реалізації та доопрацювання немає достатніх ресурсів;
- ринок інновацій складається не з самої продукції, а з колективів, окремих фахівців, потенційно спроможних здійснювати інноваційну діяльність;
- інноваційні організації в більшості випадків не можуть здійснювати ініціативні роботи за рахунок залучених зі сторони ресурсів організацій венчурного капіталу;
- система захисту прав виробників інноваційної продукції вкрай недосконала і вимагає істотного доопрацювання, хоча більшістю експертів визнано, що однією з головних умов існування ринку інновацій є саме обов'язковий правовий захист виробників винаходів.

В Україні капітали, накопичені в різних секторах, не надходять у виробничу й інноваційну сферу, оскільки практично відсутня відповідна інфраструктура, що має стимулювати зближення інтересів інвесторів, суб'єктів інноваційної діяльності, та визначати ринковий попит суб'єктів господарювання. Споживач, як правило, не має уявлення про підготовлені для комерціалізації нововведення, а отже, не готовий сформувати попит на них.

Інноваційна інфраструктура в Україні ще недостатньо розвинулена, охоплює не всі ланки інноваційного процесу, у ній немає системного підходу до забезпечення відповідними послугами у сфері інноваційної діяльності. В Україні сформовані лише деякі елементи інноваційної інфраструктури: зареєстровані та діють декілька технопарків, декілька десятків регіональних інноваційних центрів і бізнес-інкубаторів. Слід зазначити, що тільки технопарки

реалізують інноваційні проекти за стратегічними пріоритетними напрямками інноваційної діяльності. Практично не діють венчурні фонди і центри трансферу технологій, немає належної підтримки діяльності винахідників, раціоналізаторів, науковців, які мають завершені науково-технічні розробки, недостатньо реалізується освітній і науковий потенціал (перш за все – вищих навчальних закладів) у сфері інформаційно-комунікаційних технологій і тощо.

Основні суб'єкти вітчизняного ринку інновацій у відособленому вигляді вже позначені й починають функціонувати. Основна проблема ринку інновацій в Україні полягає в тому, що на ньому немає чіткої взаємодії між суб'єктами. Необхідно об'єднати їх у цілісну систему, що дозволить розглядати інфраструктуру ринку інновацій як єдиний, злагоджений комплексний механізм. Щодо цього неодноразово в літературі висловлювалися пропозиції про створення біржі інновацій як переговорного майданчика між генераторами ідей, підприємцями й інвесторами. Для наповнення цієї біржі пропозиціями треба проводити конкурси інноваційних проектів.

Законодавча й виконавча влада в Україні протягом останніх років зробила багато кроків, спрямованих на *підтримку ринку інновацій*. Розроблена законодавча база у сфері інноваційної діяльності, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів від 13 квітня 2000 р. створена і діє Українська державна інноваційна компанія, завданням якої є фінансування інноваційних проектів і залучення для цієї мети позабюджетних коштів. Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» [10] кошти цієї державної інноваційної фінансово-кредитної установи формуються за рахунок коштів Державного бюджету України, залучених згідно з чинним законодавством вітчизняних та іноземних інвестицій юридичних і фізичних осіб, добровільних внесків юридичних і фізичних осіб, від власної або сумісної фінансово-господарської діяльності та інших джерел, не заборонених законодавством України. Вона створена на базі ліквідованого Державного інноваційного фонду та його регіональних відділень і є небанківською фінансово-кредитною установою. Основними завданнями компанії є організація відбору й експертизи інноваційних проектів, фінансування інноваційних проектів, спрямованих на впровадження прогресивних науково-технічних розробок і технологій виробництва, освоєння

випуску нових видів продукції шляхом надання підприємствам кредитів та інших форм інвестування. Відповідно до статуту для фінансування інноваційних й інвестиційних проектів компанія може залучати вітчизняних та іноземних інвесторів, здійснювати випуск цінних паперів, зокрема облігацій і векселів, проводити операції з ними та іншими цінними паперами, видавати поручительства, гарантії, займатися факторингом і лізингом, а також здійснювати довірчі операції.

Завдяки спільним зусиллям Міністерства освіти і науки України та Міністерства промислової політики України був організований і проведений *Всеукраїнський конкурс інноваційних технологій*, головним завданням якого стало створення організаційно-економічних умов для ефективної реалізації освітнього, інформаційного й науково-технічного потенціалу для забезпечення інноваційного розвитку України.

2.3. Характеристика основних суб'єктів ринку інновацій в Україні

Як наголошується у вітчизняній і зарубіжній літературі, суб'єктами ринку інновацій є держава, підприємства, організації, установи, університети, фонди, фізичні особи (вчені та фахівці). На рис. 2.3 зображені основні учасники ринку інновацій, кожен з яких буде охарактеризований нижче.

Державні фонди підтримки інноваційного бізнесу. Шляхом участі в цільових програмах вони фінансують різні стадії розвитку інноваційних проектів. Фінансовий резерв їх незначний, проте вони відіграють важливу роль у збереженні провідних вітчизняних наукових шкіл і підтримці ряду оригінальних проектів. На етапі становлення ринку інновацій в Україні цільові програми позиціонувалися як найбільш прозорий і ефективний метод витрачання бюджетних коштів, який ґрунтується на програмно-цільовому методі планування. Але, на жаль, на практиці все виявилось складнішим; основними претензіями експертів до цільових програм стали надмірне розпилювання ресурсів, непрозорість їх використання, перебої з фінансуванням, низька якість стратегічного планування.

Венчурні фонди. Венчурний бізнес, що з'явився в Україні не більше десяти років тому, до сьогодні підтримується в основному

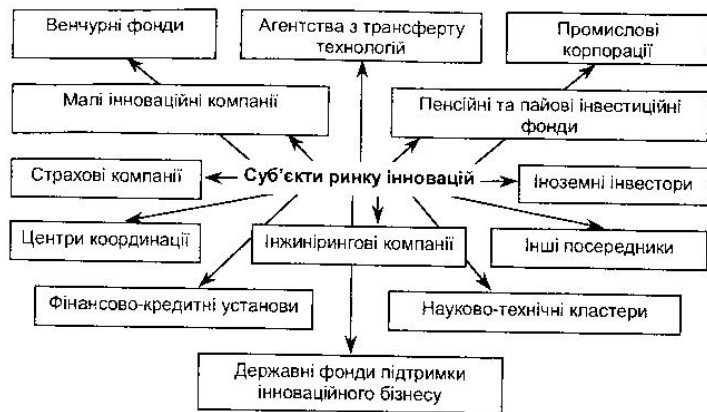


Рис. 2.3. Основні суб'єкти ринку інновацій

зарубіжними венчурними фондами. Обсяг їх вкладень у високо-технологічний сектор вітчизняної економіки незначний і не перевищує 5% загального обсягу прямих інвестицій. Аналізуючи досвід становлення венчурного інвестування в Україні, слід зазначити, що у 2002–2005 рр. у країні почала складатися власна національна модель венчурних інвестицій, що акумулює національний капітал. Її особливістю є формування венчурних фондів переважно крупними фінансово-промисловими групами, концернами й холдингами в межах великих компаній, а не поза ними, як це передбачене традиційною моделлю венчурного інвестування. Істотним недоліком цієї моделі є те, що коло технологічних компаній, здатних отримати підтримку з боку венчурного капіталу, є достатньо вузьким, оскільки фінансуються в основному інноваційні проекти, що реалізуються в межах великих корпорацій. У цілому венчурне інвестування в Україні перебуває в стадії зародження. Серйозною перешкодою для його подальшого розвитку є низька ліквідність венчурних інвестицій, що значною мірою обумовлене недостатнім розвитком фондового ринку.

Агентства з трансферу технологій. Їх діяльність в основному сконцентрована на придбанні технологій для подальшого перепродажу за кордон (за мінімального розвитку цих технологій). При-

кладом таких агентств можна вважати «Техноконсалт», «Spirit», некомерційні агентства TACIS, INCO, UNIDO та ін. Як зазначають експерти, зі зростанням зацікавленості великого бізнесу в інноваціях роль агентств з трансферу технологій буде зростати.

Промислові корпорації. До даної групи учасників ринку інновацій належать промислові корпорації, які самостійно інвестують кошти в технології і створюють венчурні фонди. Часто компанії мають власні спеціалізовані інноваційні структури: науково-дослідні центри, відділи НДДКР, аналітичні й стратегічні департаменти, лабораторії та ін., а деякі з них отримують контрольні пакети акцій галузевих НДІ. Така ситуація, коли ризиковими інвесторами є промислові підприємства різних організаційно-правових форм, може оцінюватися неоднозначно: з одного боку, більшість з них мають складне фінансове становище, що посилюється кризою взаємних неплатежів, а з іншого боку, прагнення вийти на закордонні ринки, розуміння керівним персоналом ролі інновацій як вирішального чинника підвищення конкурентоспроможності примушують промислові підприємства позиціонувати себе як активних суб'єктів ринку інновацій. З часом, у міру посилення в економіці ринкових перетворень та в умовах зростаючої конкуренції, і з боку зарубіжних товаровиробників, можна очікувати активізації процесу формування ризикового інноваційного капіталу у вітчизняній промисловості.

Малі інноваційні компанії. За останні п'ять років кількість малих інноваційних підприємств скоротилася, причиною чого стала відсутність системи доступу до кредитів і венчурного капіталу, а також нерозвинена інфраструктура інноваційної діяльності. Крім того, позначається мінімальний інтерес великих корпорацій до технологічних інновацій, тобто загальноприйнята у світі схема, коли великі компанії ефективно поглинають інновації шляхом купівлі малих підприємств, в Україні не працює. Таким чином, основною проблемою розвитку малих інноваційних підприємств є недостатні розміри державної підтримки, їх несистемний характер, нерозвиненість або повна відсутність інноваційної інфраструктури в регіонах.

Пенсійні та пайові інвестиційні фонди. Одним з основних джерел фінансово-кредитних ресурсів для здійснення інноваційної діяльності в промислово розвинених країнах є пенсійні фонди, тоді як в Україні поширення інновацій як значущого суб'єкта ринку тільки передбачається, оскільки не лише державні, але

й недержавні пенсійні фонди згідно з чинними нормативними документами не мають права займатися комерційною діяльністю. Водночас законодавством передбачено, що розміщення активів недержавних пенсійних фондів здійснюють спеціалізовані компанії з управління їх активами, що працюють на підставі договору про управління активами.

Перспективні можливості реалізації цих взаємин передбачають, на наш погляд, створення й розвиток пайових інвестиційних фондів. Привабливість пайових інвестиційних фондів пов'язується переважно з вкладеннями в сировинні галузі (паливно-енергетичний комплекс, нафтохімію, металургію, лісову та харчову промисловість). Проте світовий досвід показує, що ця фінансова структура здатна дати істотний імпульс до пошуків інвестиційної активності й у разі роботи з венчурним капіталом у високотехнологічних, наукоємних виробництвах. За оцінкою *Wall Street Journal*, серед європейських інвестиційних фондів, яких налічується більше ніж 1500, найвищу прибутковість забезпечують фонди, що спеціалізуються у сфері науки і технологій. Механізм пайового фонду забезпечує ефективне поєднання форм капіталу – акціонерного, позикового й підприємницького. Склад учасників венчурних пайових фондів, як правило, є таким: організації, що представляють фундаментальну науку, підприємства промислового комплексу і банківська установа, що має значний досвід інвестиційно-інноваційного фінансування. Дані фонди реалізують новий інвестиційний механізм «фундаментальна наука – промислові підприємства – банки – інститути фондового ринку». Головна особливість діяльності фондів полягає в самому підході до інвестування у високотехнологічні проекти.

Система венчурного фінансування починає працювати тільки в умовах забезпечення прибутковості, що перевищує середній в економіці рівень. Спроби залучити кошти для інвестування в проекти, що перебувають на початковому етапі розвитку, дають, як правило, незначний практичний ефект. Тому пайові фонди можуть орієнтуватися на фінансування не перших, а останніх стадій інноваційного циклу: розширення, другий раунд фінансування, вихід з фінансових труднощів. Головне завдання фонду полягає, таким чином, не в отриманні підприємницького доходу від проектів, а в отриманні прибутку від перевищення ціни акцій над первинними інвестиціями. Це становить основний вид венчурного доходу. Такий підхід уже сьогодні

є практично здійснений для приватизованих високотехнологічних підприємств.

Страхові компанії. Слід зазначити, що перехідному періоду розвитку, в якому нині перебуває економіка України властива нестаціонарна, нетрадиційна динаміка макропоказників, підвищені ризики для інвесторів та інноваторів, нестійкість параметрів (наприклад, у галузі законодавства), специфічна система ціноутворення, складна і нерациональна фіскальна система, багатовалютна і нестійка кредитно-грошова система, відсутність дисципліни у взаєморозрахунках між суб'єктами підприємницької діяльності, несталий характер розвитку ринків, висока, неоднорідна і змінна в часі інфляція. Тому ще одним з основних напрямків державної інноваційної політики мають стати заходи щодо зниження рівня ризику інноваційних вкладень, зокрема: надання державних гарантій під час страхування, податкових знижок для страхових компаній за операціями страхування інноваційних проектів, створення спеціалізованих державних агентств і залучення їх в систему страхування інновацій як операторів проекту. На жаль, страхові компанії далеко не завжди можуть виконувати взяті на себе зобов'язання зі страхування специфічних ризиків, зокрема – ризику інновацій. Як відомо, базою для визначення розміру страхового покриття і страхової премії для страховика слугують дані про аналогічні події, що траплялися раніше. Інноваційні ж проекти через свою унікальність і нестандартність, як правило, не мають аналогів, що призводить до неможливості визначення адекватного страхового покриття, яке може виявитися неповним або в частині переліку врахованих подій, або в частині проведення оцінки максимально можливої величини ризику. Крім того, інноваційній діяльності властиво багато специфічних ризиків, що не мають ринкової практики страхування. Ураховуючи зазначені вище причини, страхові компанії, якщо й здійснюють спроби страхувати інноваційні проекти, то в два-три рази завищують величину страхової премії, що знижує популярність цього методу управління ризиками серед інноваторів.

За допомогою страхування підприємство, що займається інноваційною діяльністю, може мінімізувати майнові, політичні, кредитні, комерційні та виробничі ризики, а ризики, пов'язані з недобросовістю партнерів, як правило, не підлягають страхуванню.

Проте, як зазначає більшість аналітиків, створення системи страхування ризиків інноваційної діяльності є однією з необхідних

умов, без яких Україна не зможе забезпечити інноваційного проливу. Особливе місце в системі страхування інноваційної діяльності мають посідати програми страхування ризиків, що виникають при створенні, використанні й обігу об'єктів інтелектуальної власності, технічних ризиків, що виникають у процесі впровадження нової техніки, комплексні програми страхування інноваційних проєктів і т.д. [11].

Іноземні інвестори. Сьогодні одним із головних суб'єктів ринку інновацій можуть бути іноземні інвестори, що виявляють зацікавленість до результатів таких вітчизняних фундаментальних і прикладних досліджень, ноу-хау, які не завершені технологічно, але мають перспективу в комерційному плані.

Інжинірингові компанії. Вони спеціалізуються на управлінні проєктами і організації високотехнологічного бізнесу. Штат таких компаній становлять менеджери, а не фахівці в конкретних галузях. Для роботи в конкретних проєктах інжинірингові компанії залучають, як правило, на конкурсній основі провідних фахівців і субпідрядні організації, що дозволяє їм будувати свою діяльність з урахуванням особливостей конкретного ринку, визначати потреби ринку в тому або іншому товарі чи послугі й задовольняти ці потреби шляхом реалізації відповідних проєктів. Це дозволяє значно знизити ризики, що супроводжують просування товару на ринок. Завдяки ефективному менеджменту такі компанії можуть набагато скоротити вартість і терміни розроблення порівняно з традиційними структурами.

Центри координації. Створення таких центрів значною мірою сприяє координації інноваційної діяльності та підвищенню її ефективності. По-перше, діяльність координаційних центрів дозволяє сформувати інноваційну базу та надавати інформацію й консультаційні послуги на безкоштовній основі. По-друге, діяльність координаційних центрів сприяє інноваційній активності на регіональному рівні і створює умови для обміну інформацією, досвідом, а також для міжрегіональної взаємодії.

Науково-технічні кластери (територіальні зони розвитку нових технологій). Зміни в методах координації економіки, відмова від жорсткого ієрархічного контролю і домінування командних структур, перехід до горизонтальних міжфірмових відносин призводять до підвищення ролі територіальної співпраці. Унаслідок цього відбувається посилення значення локальних науково-технічних кластерів, що формуються на основі наукових парків, інку-

баторів малого бізнесу, технополісів і регіональних (створених в межах національних держав) об'єднань. Найбільше поширення територіальні кластери отримали у Великобританії та Німеччині.

Інші посередники ринку інновацій. До цієї групи учасників ринку інновацій належать організації, що займаються просуванням розробок на ринок, патентуванням, ліцензуванням, комерціалізацією інтелектуальної власності, консалтингом, маркетингом інновацій. Посередників, що діють на інноваційному ринку, умовно можна поділити на дві категорії: консалтингові фірми і фонди. Перші спеціалізуються на наданні консультаційних послуг з питань охорони інтелектуальної власності та маркетингу, другі – на пошуку замовника (інвестора). При цьому фонди не обов'язково розміщують або розпоряджаються фінансовими ресурсами.

У практиці таких країн, як США і Великобританія, організації-посередники ринку інновацій часто виникають у межах або за участю провідних університетів і наукових бюро. Так, Оксфордським університетом (Великобританія) спільно з регіональними органами управління створено вісім таких організацій. У більшості університетів Великобританії це невеликі служби, організовані, як правило, на основі сумісництва вчених-розробників. Умови створення і фінансування таких фірм-посередників, принципи взаємодії цих служб з розробниками і університетом-засновником можуть відрізнятися. Одні фінансуються тільки за рахунок коштів факультетів університету, тоді як інші – в основному за рахунок залучених ресурсів; в одних є власні юристи і патентні повірені, тоді як інші вдаються до послуг спеціалізованих бюро. Але всі вони мають спільні риси: роль розробників, засновництво університету і здійснювана ними функція – управління інтелектуальною власністю [12].

Фінансово-кредитні установи. Кардинальна трансформація характеру зв'язку фінансового й інноваційного секторів економіки є найважливішою умовою не лише для оздоровлення економіки, але й для зміцнення фінансово-кредитного механізму управління економікою. Тому стратегічними напрямками перебудови діяльності фінансової системи мають стати вихід фінансово-кредитних установ на ринок інновацій, збільшення обсягів інноваційного кредитування вітчизняними банками, поява спеціалізованих банківських установ, що надають послуги з фінансового забезпечення інноваторів усіх форм власності та сфер діяльності (банків реконструкції і розвитку, комунальних банків, інноваційних

банків, кооперативних банків, регіональних і місцевих банків інновацій, банків проектного фінансування й ін.), створення інтеграційних банківських об'єднань на ринку інновацій для здійснення синдикованого кредитування та кредитування інноваційної сфери.

2.4. Проблеми формування і розвитку інфраструктури ринку інновацій в Україні

У Законі України «Про інноваційну діяльність» [10] під *інфраструктурою ринку інновацій* розуміють сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо).

Як зазначають вітчизняні та зарубіжні дослідники, для формування ефективного механізму функціонування економіки інноваційного типу відповідна інфраструктура ринку інновацій повинна мати розвинений і функціональний характер, тобто володіти такими системними характеристиками, які сприяли б швидкій реалізації технологій створення і впровадження інновацій.

Найбільш поширені напрями діяльності (послуг) різних структур з підтримки інноваційного підприємництва, які становлять інфраструктуру ринку інновацій, подані на рис. 2.4 [13].

В Україні інфраструктура ринку інновацій у сфері інтелектуальної власності представлена такими органами:

- *Інститутом інтелектуальної власності і права*, який здійснює підготовку фахівців з вищою освітою у сфері інтелектуальної власності та підвищення кваліфікації працівників з питань інтелектуальної власності в Україні. Навчання відбувається на базі вищої або неповної вищої освіти. Діяльність інституту безпосередньо координують Державний департамент інтелектуальної власності, Міністерство освіти і науки України. Крім того, підвищенням рівня підготовки підприємств в інноваційній сфері займаються консалтингові компанії);
- *Українським інститутом промислової власності (Украпатент)*, що приймає заявки на видачу охоронних документів на об'єкти промислової власності, здійснює їх експертизу на предмет відповідності умовам надання правової охорони, за-

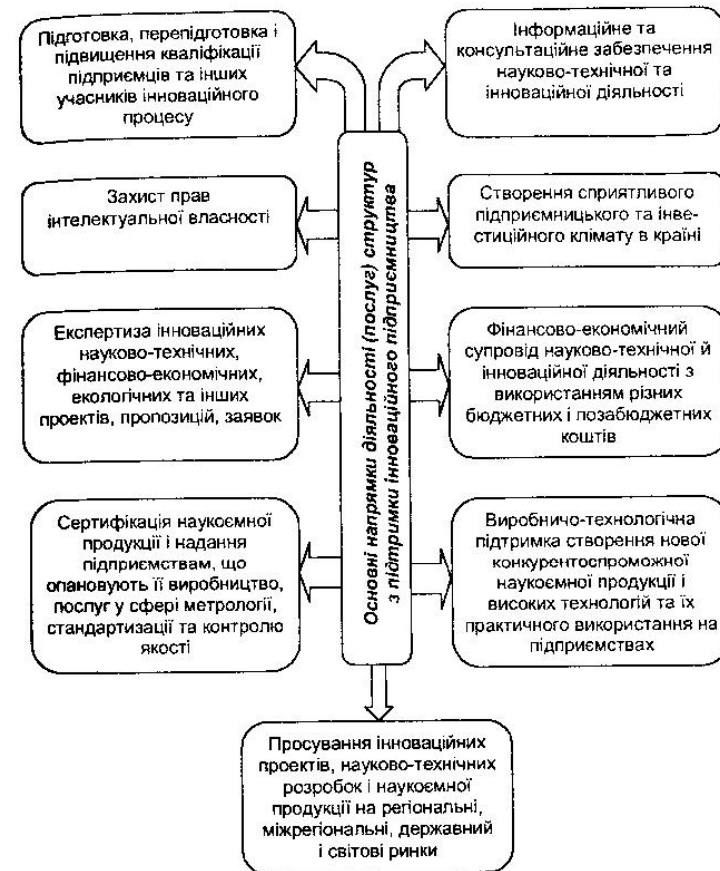


Рис. 2.4. Основні напрями діяльності структур з підтримки інноваційного підприємства

безпечує державну реєстрацію об'єктів промислової власності і змін їх правового статусу, а також офіційну публікацію відповідних відомостей;

- *Українським агентством з авторських і суміжних прав*, що забезпечує колективне управління майновими правами переданих йому суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав в Україні та за її межами відповідно до національного законодавства і міжнародних договорів у сфері авторського права і суміжних прав; бере участь у здійсненні державної реєстрації авторських прав на наукові роботи.

Структур, що мають надавати інформацію з питань управління інтелектуальною власністю, які були б доступні будь-якому споживачеві в результаті їх широкого висвітлення в засобах масової інформації, публікації в спеціальних виданнях, журналах, надання консультацій і тому подібного, – в Україні поки що мало.

Відповідною організацією в Україні можна вважати *Інтернет-біржу промислової власності*. Її діяльність спрямована на використання сучасних інформаційних технологій для просування науково-технічних досягнень України на світовий і вітчизняний ринки інновацій. Крім того, біржа надає можливість розмістити інформацію підприємців про необхідні їм технології. Це допомагає власникам патентів, ноу-хау і перспективних ідей знайти потенційних суб'єктів комерціалізації конкретного об'єкту інтелектуальної власності [14].

Ще однією структурною одиницею інформаційного забезпечення ринку інновацій є *Фонд патентної документації суспільного користування*. Він призначений для забезпечення поточною й ретроспективною патентною інформацією всіх осіб, зацікавлених у створенні, правовому захисті й використанні об'єктів промислової власності. З квітня 2001 р. Фонд увійшов до складу філії Українського інституту промислової власності як *Український центр інноватики і патентно-інформаційних послуг* [15].

Експертизу (зокрема, державну) інноваційних науково-технічних, фінансово-економічних, екологічних та інших проєктів, пропозицій, заявок можуть проводити органи виконавчої влади в межах своєї компетенції; підприємства, установи й організації всіх форм власності; тимчасові творчі колективи, що здійснюють наукову і науково-технічну діяльність; спе-

ціалізовані експертні організації; окремі експерти, їх групи й експертні ради.

Що стосується інфраструктурних одиниць, покликаних забезпечувати розширення можливостей фінансового забезпечення інноваційної діяльності, слід зазначити, що, за словами провідних вітчизняних фахівців, наявність інвестиційно-інноваційних банків двох рівнів – необхідна атрибутка банківської політики країни.

УБРР – Український банк реконструкції і розвитку був створений відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 655 від 5 травня 2003 р. Він зареєстрований Національним банком України 19 березня 2004 року як акціонерне товариство закритого типу (реєстраційний номер № 292).

Даний банк створено у формі акціонерного банку першого рівня, за ініціативою і силами Української державної інноваційної компанії (УДІК), яка є утримувачем контрольного пакету його акцій (99,99%) та належить до сфери управління Державного агентства України з інвестицій та інновацій. Проте УДІК лише на першому етапі формування УБРР володіла 100% його акцій, сьогодні в складі його акціонерів є багато недержавних вітчизняних та іноземних інвесторів, розпочато відкритий продаж його акцій. У 2004 р. УДІК заявляла про плани щодо продажу 49% акцій УБРР іноземному інвесторові, але ця ідея так і не була реалізована. У 2007 р. переговори щодо придбання контрольного пакету УБРР вела малазійська фінансова група Hong Leong, яка має намір брати участь у фінансуванні інноваційних та інфраструктурних проєктів (у сфері будівництва та транспорту) у Київській області. Також у 2007 р. Укрексімбанк заявив про свої наміри увійти до капіталу УБРР шляхом взяття участі в додатковій емісії (50% акцій + 1 акція) з метою отримання контролю над ним. Коментуючи ці наміри, співробітники Міністерства економіки України зазначають, що, на жаль, сьогодні в Україні державні фінансові структури формуються «під конкретних осіб», тому цей процес не є прозорим і не дозволяє учасникам ринку впливати на нього. Сприяння розвитку та підтримка експорту – це різні функції, які передбачають різні способи формування капіталу та роботи на ринку. УБРР має фінансувати нові проєкти, а експортно-імпортний банк – підтримувати експортні можливості існуючих підприємств. Об'єднання цих функцій в одному банку призведе до конфлікту державних інтересів. Крім того,

УБРР сформовано як звичайний комерційний банк (до його складу входять фізичні особи – В. Рижов, М. Стеблінський, І. Марголіч, що мають по три акції – 0,00185% капіталу). Зважаючи на це, така реструктуризація не дасть йому можливості виконувати спеціальні функції: акумулювати кошти на кредитування проектів розвитку економічної інфраструктури. Цільова емісія акцій банку здійснюється винятково для УДІК. На думку експертів ЄБРР, якщо б цей банк був створений цілком як державна кредитна установа, то він виявився б неієздатним та дуже швидко припинив би свою діяльність.

На жаль, проти створення банку реконструкції як кредитного банку першого рівня виступили міжнародні фінансові організації – МВФ і Світовий банк, оскільки існує думка, що західні банки, інвестуючи в УБРР, витіснять ці фінансово-кредитні установи з вітчизняного фінансового ринку.

УБРР має спеціалізацію інвестиційно-промислового банку, основними завданнями якого є забезпечення фінансової підтримки інновацій у їх просуванні на ринки, бюджетне кредитування інноваційних заходів, надання суб'єктам інноваційної діяльності недорогих і, найголовніше, – значних ресурсів. В уставі УБРР зазначено, що його місія полягає у створенні сприятливих умов для розвитку економіки України через сприяння розвитку інноваційної та інвестиційної діяльності й підтримку вітчизняного товаровиробника у разі дотримання при цьому оптимального балансу інтересів клієнтів, акціонерів та власне банку. УБРР створений з метою надання кредитних ресурсів фізичним та юридичним особам під фінансування та впровадження наукових розробок Українською державною інноваційною компанією, що є його засновником. Вітчизняні аналітики стверджують, що якщо банк виправдає покладені на нього надії, то в країні з'явиться ще один монополіст: УБРР разом з УДІК будуть найбільш вагомими гравцями на ринку інноваційного кредитування, оскільки витримати конкуренцію з державним гігантом, що оперує дешевими та «довгими» коштами, дуже складно.

Передбачається, що кошти УДІК, отримані від повернення кредитів, будуть розподілятися таким чином: 30% – на фінансування розроблень інноваційних проектів, 70% – на придбання акцій УБРР, що випущені в рамках цільової емісії (їх вартість УБРР та УДІК визначають щоквартально).

План роботи цього банку чітко сформований на період з 2004 р. до 2009 р., причому, якщо у 2004 р. статутний капітал цього бан-

ку становив 200 млн грн, то до кінця 2009 р. його планується збільшити до 500 млн грн. У довгостроковій перспективі (за 15 років) УБРР має перетворитися на могутню банківську структуру з капіталом близько 1 млрд дол. На жаль, виходячи з таких розмірів статутного капіталу досліджуваного банку, можна поставити під сумнів його здатність до фінансування великомасштабних інноваційних заходів в економіці, адже згідно з нормативами НБУ максимальний розмір кредиту в одні руки при розмірі статутного фонду в 200 млн грн станове лише 50 млн грн. Розуміючи це, НБУ все ж не надає УБРР будь-яких поступок щодо зміни нормативів.

Збільшення капіталізації банку планується здійснювати тільки за рахунок коштів УДІК, без використання бюджетних коштів (єдиний виняток – викуп Фондом державного майна України цільової емісії УБРР).

Для своєї діяльності УБРР залучає переважно ресурси іноземних банків, однак, як і будь-який інший банк, використовує й кредитні кошти НБУ. На жаль, останнім часом в УБРР з'явилося багато проблем. Так, наприклад, у 2007 р. Фонд гарантування вкладів фізичних осіб перевів УБРР у категорію тимчасових учасників, а НБУ в кінці 2006 р. заборонив цьому банку приймати вклади від фізичних та юридичних осіб у зв'язку з невиконанням вимог НБУ щодо ліквідності.

Ініціатором створення іншого банку – *Українського банку сприяння розвитку (УБСР)* – є Національний банк України, Кабінет Міністрів України та німецька банківська група КФВ. Його статутний капітал становить близько 20 млн EUR. Цей банк має бути створений на основі німецько-українського фонду, що дозволить заощадити кошти державного бюджету. Цікаво, що цей фонд є «віртуальною» структурою, яка взагалі немає працівників, а рішення про управління його коштами приймає безпосередньо НБУ, точніше група управління проектами міжнародних кредитних ліній Нацбанку. Проте визначати стратегію Німецько-українського фонду НБУ самостійно не може, оскільки цей фонд створений спільно з німецькою Кредитною установою з відновлення (КФВ).

Планується, що УБСР стане кредитором останньої інстанції для банків, які просувають програми мікрокредитування, візьме на себе частину функцій зі стимулювання мікрокредитування, які досі в Україні виконували ЄБРР і НУФ, візьме участь у компенсації відсоткових ставок і надання гарантій суб'єктам малого та

середнього бізнесу. УБСР міг би щороку спрямовувати на рефінансування таких кредитів близько 40 млн грн для того, щоб ставка за гривневими кредитами для кінцевих позичальників не перевищувала 15–17%. Цей банк сприймається громадськістю як спроба формування держбанку другого рівня, завдяки якому вдається знизити вартість банківських кредитів для малого бізнесу. Зниження вартості мікрокредитів за допомогою установ другого рівня практикується в багатьох країнах.

Але вітчизняні банкіри неоднозначно сприймають ідею створення такого банку, зазначаючи, що, з одного боку, рефінансування банків необхідне для зниження вартості кредитів для клієнтів, а з іншого – ринок є досить саморегульованим, на підставі чого банки можуть прийти до зниження ставок і за рахунок конкуренції, яка вже тепер змушує їх спрощувати процедури і вимогу до застав. Гарантії держави і компенсація ставок не завжди дають позитивний ефект. Якщо позичальник не має особистої зацікавленості в погашенні кредиту за наявності поручительства, може постраждати якість обслуговування кредиту. Дискусійною є і ефективність компенсації ставок, оскільки банкірам буде складно пропонувати ринкові ставки клієнтам, які звикли до такої компенсації. Не можна стверджувати, що банкам при цьому вдається залучити більше клієнтів, оскільки сьогодні набагато важливіші оперативність, якість обслуговування та довіра до банку.

Український банк сприяння розвитку, на відміну від УБСР, може бути організований лише в разі ухвалення парламентом відповідного закону, у розробленні якого мають брати участь фахівці з KfW. Крім того, передбачене надання йому на певний період пільг щодо оподаткування прибутку банку, який планується спрямовувати на збільшення капіталу УБСР.

На відміну від Українського банку реконструкції і розвитку даний банк планується як банк другого рівня, який не кредитує економіку безпосередньо, а працює через уповноважені банки. Його завданням є обслуговування бюджетного дефіциту, саме тому він не є акціонерним та прибутковим.

Для порівняння зазначимо, що в Росії банк розвитку створений ще в 1999 р., до того ж, на відміну від України 100% його акцій належать державі в особі Російського фонду федерального майна. Основний напрям діяльності банку становить довгострокове кредитування реального сектора економіки. Мету діяльності Російського банку розвитку уряд Російської Федерації визначає

як практичне сприяння реалізації державної інвестиційної політики шляхом кредитування реального сектора економіки в пріоритетних сферах, визначених урядом Російської Федерації. Пріоритетними вважаються інноваційні проекти, фінансування імпортозаміщуючих галузей промисловості, фінансування модернізації основних фондів підприємств. Слід зауважити, що на сьогодні цей банк належить до «двадцятки» найбільших банків Росії [16].

Жорсткі умови банківського кредитування інноваційної сфери призвели до активізації небанківського фінансування, у результаті чого за ініціативою Президента України в 1999 р. була створена *кредитно-гарантійна установа*.

Крім того, у 2000 р. на базі ліквідованого Державного інноваційного фонду була створена *Українська державна інноваційна компанія*, завдання якої полягало у фінансуванні інноваційних проектів і залученні для цієї мети позабюджетних коштів. Згідно з постановою Кабінету Міністрів України № 1007 від 8 серпня 2007 р. вона перейменована в *Державну інноваційну фінансово-кредитну установу*.

Вона є правонаступником Української державної інноваційної компанії й функціонує відповідно до Закону «Про інноваційну діяльність». Основне її завданням полягає в організації відбору інноваційних та інвестиційних проектів і програм для їх фінансової підтримки за рахунок власних або позичених коштів. Статутний фонд установи становить 400 млн грн і формується за рахунок коштів, що надійшли від погашення різними підприємствами заборгованості за кредитами, виданими їм у 1992–2000 рр. Державним інноваційним фондом. Органами управління Державної інноваційної фінансово-кредитної установи є наглядацька рада й дирекція.

До елементів інфраструктури ринку інновацій належать також установи, завданням яких є здійснення *сертифікації інноваційної продукції*. В Україні такими установами можна вважати:

- Харківський науково-дослідний інститут метрології НВО «Метрологія» Комітету України з питань стандартизації, метрології і сертифікації;
- Український науково-дослідний інститут стандартизації, сертифікації і інформатики Комітету України з питань стандартизації, метрології і сертифікації;
- Державний науково-дослідний інститут «Система» Комітету України з питань стандартизації, метрології і сертифікації (м. Львів).

Головною проблемою ринку інновацій в Україні залишається недосконалість трансферу наукоємних технологій у промисловості. Проте слід зауважити, що протягом останніх років було вжито багато заходів щодо розв'язання даної проблеми, зокрема був створений перший в Україні *Центр з комерціалізації технологій*. Завдяки цьому у вітчизняних вчених з'явилася можливість продавати продукти своєї інтелектуальної праці. Завдання Центру полягає в реалізації інноваційного потенціалу українських науково-технічних розробок шляхом підтримки і просування на міжнародний ринок вітчизняних технологій та їх комерціалізації. Партнерами в його створенні стали українська венчурна компанія *Aventures* і американська *Phiburg Technologies*, які здійснюють трансфер наукоємних технологій [17].

Розглядаючи *посередників ринку інновацій як елемент його інфраструктури*, слід зазначити, що в Україні посередницькі фірми та організації у сфері інтелектуальної власності й трансферу технологій вважають за краще надавати тільки консалтингові послуги і не беруть на себе витрати і відповідальність з управління інтелектуальною власністю. Така спрямованість діяльності посередницьких фірм, крім високих ризиків вкладень і відсутності у посередників коштів на оплату експертизи і патентування, швидше за все, пов'язана з побоюванням більшості суб'єктів ринку інновацій передавати права на інтелектуальну власність посереднику, а також з кваліфікацією і досвідом фахівців, що працюють у цій сфері бізнесу.

У літературі розглядають декілька причин, що знижують зацікавленість розробників у контактах з фірмами – посередниками на ринку інновацій:

1. Стійка недовіра до посередників загалом й негативний досвід посередницьких інноваційних фірм на початку 1990-х рр. Сьогодні розробники також побоюються втратити контроль за процесом реалізації своєї розробки і вважають за краще займатися трансфером самостійно. Стійкість цього стереотипу поведінки закріплюється, з одного боку, побоюванням розробників щодо даремного витрачання коштів, а з іншої – уявленням, що питання патентування можна розв'язати самостійно за наявності вільних фінансових ресурсів, тоді як головна проблема полягає в пошуку замовника.
2. Нерозвиненість вітчизняного ринку посередницьких послуг. В умовах високих ризиків більшість українських фірм орієн-

товані на консалтингову діяльність, а більшість розробників – на пошук замовника для самостійного або сумісного виробництва. Нерозвиненість ринку посередницьких послуг для інноваційної діяльності виявляється і в значній регіональній замкнутості фірм-посередників.

3. Взаємодія із зарубіжними посередниками виявила декілька проблем. Так, процедуру взаємодії посередника й розробника останній вважає складною і неприйнятною, детальне представлення характеристик розробки та її економічних аспектів здійснюється вкрай рідко. Розробники підозрюють зарубіжних посередників в упередженому ставленні до вітчизняних наукових досягнень і в технологічному піратстві. Звичайне в зарубіжних фірмах привласнення прав на інтелектуальну власність українські розробники також вважають небезпечним. І, нарешті, академічні інститути не спроможні сплатити підготовку плану комерціалізації за рахунок власних коштів. До цих проблем додається складність взаємодії через мовний бар'єр і різне ставлення до чіткості виконання взятих зобов'язань [18].

Указом Президента України [19] у 2005 р. було створене *Державне агентство з інвестицій і інновацій* як орган, що координує зусилля державних органів влади, інноваційних і венчурних фондів, кластерних і маркетингових компаній, регіональних і галузевих інноваційних компаній, хоча в роботах [20–22] ефективність його праці визнана незначною.

З урахуванням світового досвіду в Україні особливої актуальності набуває розроблення *спеціальних програм розвитку національних технопарків та інкубаторів*. У промислово розвинених країнах світу функціонує більше 3 тис. технологічних парків, інноваційних центрів, бізнес-інкубаторів, венчурних фондів, центрів трансферу технологій, технополісів й інших інноваційних структур, які є основою національних інноваційних систем і каталізатором інноваційного розвитку. У США на сьогодні функціонують близько 140 наукових і технологічних парків, у Великобританії – понад 40, у Росії – близько 100, а в цілому європейська інноваційна сфера налічує понад 1,5 тис. різних інноваційних центрів, зокрема понад 160 науково-технічних парків [23].

За оцінками експертів, в Україні є близько 40–60 територій, придатних для створення різних форм науково-технічних зон [24–30].

Однією з головних причин слабого розвитку малого інноваційного бізнесу в Україні є відсутність його розвиненої інкубаційної інфраструктури. *Інкубаторні програми* реалізують на двох рівнях – регіональному й місцевому. Метою регіональних інкубаторних програм є створення центрів розвитку інноваційного підприємництва (інкубаторів малого бізнесу). У рамках інкубаторів створюють місцеві інкубаторні програми, які формують сприятливе середовище для прискореної реалізації інноваційних проєктів. Кожен інноваційний проєкт спочатку оформлюють як самостійну малу фірму, яку підтримує інкубатор. Коли інноваційний проєкт вже доведений до стадії продажу продукту на ринку, фірма починає діяти самостійно, тобто виходить з інкубатора. Основною інкубатора є «м'яка» інфраструктура: людські, інтелектуальні, інформаційні, фінансові ресурси, ділові послуги і т.д.

Аналіз діяльності інкубаторів бізнесу як інституту інновацій у сфері малого підприємництва показує, що вони беруть на себе частину відповідальності за розвиток бізнесу і попередження негативних тенденцій. Інкубатори бізнесу визначають імовірні джерела ризику і пропонують способи його попередження, допомагають здійснювати фінансове та стратегічне планування, організації маркетингу, консультують з інших питань.

Найбільша кількість бізнес-інкубаторів створена в Одеській області (дев'ять), у Києві (шість), в АР Крим (два), у Кіровоградській, Миколаївській і Одеській областях (по одному). Державними органами Білоцерківський бізнес-інкубатор визнаний еталонним. Позитивних результатів досягли бізнес-інкубатори Національного університету «Львівська політехніка», Полтавський бізнес-інкубатор, а також Українська асоціація бізнес-інкубаторів і інноваційних центрів. За час свого функціонування остання, починаючи з 1998 р., успішно здійснила 17 інноваційних проєктів.

Інкубаторні програми можуть стати основою для формування більш складних інноваційних систем – *технопарків і технополісів*, здатних збільшити науково-технічний потенціал вітчизняної економіки й прискорити її структурну перебудову.

Технопарки – це організаційні структури, що пов'язують науку з виробництвом і виконують такі завдання:

- об'єднання коштів і сил університетів, державних і приватних компаній для проведення НЮКР за пріоритетними напрямками національної програми наукових досліджень;
- координація досліджень державних і приватних структур;

- надання практичної допомоги наукоємним малим підприємствам;
- сприяння становленню венчурних фірм, що створюються співробітниками університетів на підставі запропонованих ними інновацій.

Розвиток технопарків в Україні дозволяє частково зменшити чисельність талановитих науковців, які виїжджають з країни, що спричиняє руйнування науково-технічного потенціалу країни.

В Україні формально існує шістнадцять технопарків, проте лише чотири з них можна вважати більш-менш ефективними. Це «Напівпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка і сенсорна техніка» та Інститут електрозварювання ім. Є.О. Патона (Київ), Інститут монокристалів (Харків) і «Вуглемаш» (Донецьк).

Доти, доки в Україні не будуть створені умови для вітчизняних вчених, вони будуть реалізовувати свої розробки в технопарках інших країн. Наприклад, у 2006 р. у Китаї в м. Цзінань було побудовано помешкання площею 128 тис. м² для китайсько-українського технопарку. Там створені всі умови для роботи українських науковців: приміщення та лабораторії оснащені за останнім словом техніки, сформована передова телекомунікаційна інфраструктура тощо. Спочатку ініціаторами створення технопарків в Україні були три НДІ, що належать до структури Національної академії наук: київські Інститут електрозварювання і Інститут фізики напівпровідників, а також харківський Інститут монокристалів. У 1999 р. парламент схвалив розроблений ними Закон «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків». Ще через рік у трьох технопарках, створених на базі цих НДІ, з'явилися перші проєкти. Пізніше в Україні були організовані ще тринадцять таких парків. Ініціатори створення технопарків не могли розраховувати на державне фінансування інноваційної діяльності, тому в законі вони передбачили держпідтримку у вигляді податкових і митних пільг. Наприклад, ввезення імпортного устаткування, необхідного для виконання інноваційних проєктів у технопарках, звільнялося від сплати ПДВ і митних зборів, а податок на прибуток і ПДВ йшли не до бюджету країни, а в спецфонди і могли бути витрачені тільки на інноваційну діяльність. За оцінками експертів, пільги допомогли здешевити виконання інноваційних проєктів приблизно на 10%. Зазначено, що зарубіжні технопарки користуються набагато більшою державною підтримкою – там держава бере

з новою технологією або продуктом, то вітчизняні – на застосування нових розробок на наявних підприємствах. Будь-яка зацікавлена в інноваціях компанія може стати учасником технопарку, підписавши договір про спільну діяльність з іншими його учасниками.

Останнім часом відбулося багато позитивних змін у розвитку вітчизняних технопаркових структур. Зокрема, Президент України ініціював запуск нового проекту – «Українська силіконова долина», у рамках якого на базі академій і університетів у п'яти регіонах України планується організувати мережу великих науково-технологічних центрів. Крім того, Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут» займається створенням на базі технопарку нового його різновиду – *технополісу*. Відповідно до внесеного до парламенту законопроекту про технополіс «Київська політехніка» майданчиком для технополісу стане територія ВНЗ, причому ця ділянка буде звільнена від плати за землю. Крім того, організатори розраховують на податкові пільги й компенсацію відсоткової ставки за банківськими кредитами.

Протягом останніх років особливої популярності в Україні набуває ідея створення ще одного різновиду технопарків – *інфопортів*. *Інфопорт* – це компактно розташований комплекс, який може мати у своєму складі наукові установи, вищі навчальні заклади, промислові підприємства, малі фірми. Інфопорти будуть орієнтовані не тільки на розвиток інформаційних технологій, власне, вони перетворюються на величезні резервації дешевої робочої сили. Розробники інфопортів упевнені, що держава не почне інвестувати фінансові ресурси в проекти, що реалізуються в технопарках, і пропонують оформити допомогу держави у вигляді пільг для окремих інноваційних галузей. Інфопорти будуть створені на базі центрів, що вже склалися в Україні, з великою концентрацією кваліфікованих кадрів: НДІ, ВНЗ і компаній, що займаються інноваційною діяльністю, у Києві, Львові, Вінниці, Севастополі й Одесі. Пілотний проект такої структури планується створити в Харкові. Ураховуючи вищевикладене, доходимо висновку, що формування ефективної інфраструктури ринку інновацій є рушійною силою інноваційного розвитку держави і складовою інституційної реформи, яка проводиться в Україні. Попри те, що в розвитку інфраструктури вітчизняного ринку інновацій спостерігаються деякі позитивні тенденції, багато проблем залишаються невирішеними. Так, зокрема, повною мірою не забезпечені всі на-

прямки підтримки інноваційного підприємництва; недосконалою є система фінансування і надання пільг інноваційним підприємствам. Треба створити також рейтингову систему відбору пріоритетних напрямків фінансування інноваційних проектів. На початковій стадії розвитку все ще залишаються комерціалізація наукових результатів і механізм їх впровадження в економіку країни, низьким – рівень регіональної забезпеченості інформаційними центрами у сфері інновацій. Проте головною проблемою функціонування інфраструктури вітчизняного ринку інновацій є відсутність чіткої системи взаємозв'язків між її елементами і нестабільність інноваційних комунікацій.

Список використаної літератури

1. Осецький В.Л. Інвестиції як інструмент інноваційного розвитку економіки // Вісник УАБС. – 2005. – № 1(18). – С. 3–6.
2. Аджиев Я.И. Проблемы инфраструктуры инновационной деятельности и пути их решения // Совершенствование предпринимательской деятельности и ее правового обеспечения. – М., 2005. – Вып. 4. – С. 233–237.
3. Титова Е.С. Современное состояние и тенденции развития российского рынка научно-технической продукции: Сб. тез. докл. на XXXIX науч.-техн. студ. конф. – Электросталь, 2005. – С. 67–68.
4. Шумяккова Н.В. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности. – М., 2005. – 293 с.
5. Нигматуллина Л.Г. Особенности коммерциализации интеллектуальной собственности в переходной экономике // Ресурсоэффективность и энергосбережение: Труды V междунар. симп. (Казань, 1–2 дек. 2004 г.). – Казань, 2005. – С. 697–700.
6. Кузнецова С.А., Маркова В.Д. Развитие инновационного рынка как механизма распространения наукоемкой продукции. – Новосибирск, 2002. – 107 с.
7. Горячева И.А. Особенности рынка научно-технической продукции // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики: Материалы междунар. науч. конф. (Тольятти, 20–23 апр. 2005 г.). – Тольятти, 2005. – Ч. 2. Актуальные проблемы социально-экономического развития: территориальные и отраслевые аспекты. – С. 180–183.
8. Козлов В. Фундаментальные знания – основа развития страны // Индустрия-Инженерная газета. – 2004. – № 16.
9. Тоска по новому // Бізнес. – 2002. – № 39(506). – С. 12–13.

До вагомих здобутків також слід віднести розробки щодо формування теоретико-методичних основ мотивації споживання екологічних інновацій, які, безперечно, є актуальними для України.

Узагальнення наявних методологічних і теоретико-методичних розробок авторів монографії, а також літературних джерел і практики інноваційної діяльності дозволило визначити такі перспективні й актуальні напрямки досліджень за тематикою маркетингу інновацій:

- прогнозування тривалості етапів і управління життєвим циклом товарних інновацій;
- моделювання процесів просування інновацій на ринок з урахуванням інтересів усіх суб'єктів інноваційного процесу;
- удосконалення інструментарію комплексу маркетингу товарних інновацій та ін.

Підбиваючи підсумки, слід зазначити, що отримані результати є відправною точкою подальших досліджень з проблематики маркетингу інновацій, вони окреслюють напрямки подальших теоретичних та прикладних розробок, практична реалізація яких дозволить підвищити результативність інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, посилити їх конкурентні позиції і, у кінцевому підсумку, створити передумови їх тривалого виживання й розвитку на ринку.



ISBN 978-966-680-403-0

