***Орлов Александр Викторович***

*доцент кафедры Экономики и менеджмента ИЭиК*

*к.э.н., доцент*

***Тутберидзе Ани Владимировна***

*студент факультета «Реклама и связи с общественностью»*

*Института экономики и культуры*

**Рынок инноваций: типы рынка и особенности субъектов формирования спроса и предложения.**

В статье рассматриваются вопросы функционирования рынка инноваций, особенности взаимоотношений его участников, при этом внимание уделяется проблемам, тормозящим развитие инновационного рынка.

Ключевые слова: спрос, инновация, рынок, производство, предприниматель, экономические отношения, производительность.

Рынок инноваций - это совокупность рыночных отношений, возникающих в процессе создания, освоения, передачи и использования технологий, товаров и услуг. На инновационном рынке представлены не только готовые продукты, но и незавершённые интеллектуальные продукты.

Инновационная деятельность - это системный вид деятельности коллектива людей, направленный на реализацию в общественную практику инноваций (нововведений) на базе использования и внедрения новых научных знаний, идей, открытий и изобретений, а также существующих и проверенных наукоемких технологий, систем и оборудования. [2]

Инновационная продукция признается товаром, если она выступает средством углубления, расширения и получения новых знаний, а ее использование обеспечит экономию затрат общественного труда при сохранении потребительской стоимости материального продукта, созданного на ее основе.

Рынок инновационной продукции представляет собой форму экономических отношений между владельцем интеллектуальной собственности и покупателем права владения, пользования и распоряжения, в результате которых происходит эквивалентный обмен платежеспособного спроса покупателя на потребительскую ценность, заключенную в научно-технической продукции.

Рынок инноваций, являясь связующим звеном всех элементов инновационной системы, способствует росту производительности, качественно изменяет структуру спроса и предложения, стимулируя экономический рост страны.

 Состояние инновационного рынка определяется совокупностью факторов, которые включают: [3]

 1) Мировой порог знаний. Он служит границей между достижениями и пробелами в общих и специальных знаниях. Он дает научному обществу ориентир для дальнейших фундаментальных и прикладных исследований, а инженерному и управленческому корпусу - базу для целевых прикладных разработок.

 2) Инновационные ресурсы. Определяются наличием и доступностью необходимых для инновационной деятельности ресурсов. Наличие и доступность в свою очередь зависят от географического положения, социально - правовой и экономической среды, уровня взаимодействия между субъектами инновационного рынка.

 3) Инновационные предприниматели (инновационный потенциал). Это специфический тип бизнесмена с развитым инновационным потенциалом, выступающего связующим звеном между новаторами - авторами оригинального научно-прикладного продукта - и обществом, в частности, сферами производства и потребления.

 4) Поле инновационной активности. Оно очерчивается границами концентрации потенциальных объектов приложения знаний и навыков на соответствующих иерархических уровнях, территориях, в определенных видах деятельности. Потенциальные инновационные объекты - это «узкие» места в различных открытых системах, функционирующих в рамках «общество - среда обитания - техника».

 5) Инновационный климат. Это своеобразная «питательная среда», которая обеспечивает благоприятный фон для взаимодействия всех факторов. Она включает систему необходимых социальных, юридических, экономических, информационных и других институтов, поддерживающих как инновационную деятельность, так и самих новаторов.

Инновационный рынок можно разделить на 2 типа: первичный и вторичный. [4]

На первичном рынке продавцы (производственные компании) продают конечным потребителям инновационную продукцию, называемую средствами потребления.

На вторичном рынке продаются средства производства, необходимые для выпуска конечной инновационной продукции.

Участниками сферы инновационного рынка являются хозяйствующие субъекты:

 - создатели и обладатели научно-технических достижений и ноу-хау, небольшие самостоятельные фирмы, основная сфера деятельности которых посредничество или распространение инноваций;

 - пользователи инноваций, а так же кредитно-финансовые, патентно-лицензионные, консалтинговые, рекламные, учебно-методические и прочие государственные и частные структуры.

В настоящее время можно выделить следующие проблемы, тормозящие развитие отечественного инновационного рынка: [5]

 - ученые и разработчики, как правило, не знают рынка и вряд ли даже отдаленно представляют, как полученные ими научные результаты могут быть трансформированы в рыночный продукт;

 - экономические агенты рынка (менеджеры компаний) практически не знакомы с характером современной науки, структурой и важнейшими направлениями ее деятельности, прорывными достижениями. Они не всегда могут судить о достоверности научных результатов, предлагаемых для реализации, и их технологической эффективности;

 - государство (в лице политиков и технических экспертов), призванное устанавливать правила трансфера технологий, слабо представляет себе реальную атмосферу жизни научных лабораторий, условия проведения исследований и разработки технологий, возможные последствия внедрения принимаемых законодательных положений для производства научного знания и его коммерциализации.

Огромную важность для распространения новой научно-технической продукции имеют коммуникационные факторы. Высокий уровень информационного обмена, тесные коммуникации способствуют быстрой диффузии инноваций. Активное участие в научно-технических семинарах, симпозиумах, выставках обеспечивают знакомство потребителя с новой продукцией еще до выведения ее на рынок, формируя тем самым инновационный спрос. При отсутствии предварительной информации о новом товаре ее появление на рынке может быть встречено потребителем настороженно и процесс формирования спроса будет слишком длителен, что в свою очередь отразится на затратах и финансовых результатах фирмы - производителя. [3]

 Мировой инновационный рынок давно приобрел глобальный характер. Этот рынок в целом высокотехнологичен, здесь основным объектом выступают новые знания, интеллектуальные ресурсы.

**Список использованных источников**

1. Абрамешин А.Е. Менеджмент инновационной организации: учеб. пособие / А.Е. Абрамешин, С.Н. Аксенов. - М.: Европейский центр по качеству, 2012 - 408 с.

2. Дорофеев В.Д., Дресвянников В.А. Инновационный менеджмент: учебное пособие. - Пенза: Издательство ПГУ, 2013. - 189 с.

3. Ильдеменов С.В., Ильдеменов А.С., Воробьев В.П. Инновационный менеджмент. ИНФРА-М - 2013. - 208 с.

4. Михалева Е. П. К вопросу о формировании рынка инноваций на современном этапе в РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: https://moluch.ru/conf/econ/archive/11/985/ (Дата обращения: 17.12.2017).

5. Швандар В.А. Горфинкель В.Я. Инновационный менеджмент Вузовский учебник – 2011. - 475 с.