

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА

УДК 338.49:330.341.1

Рудь Н.Т., д.е.н., професор

Копера К.

Луцький НТУ

РИНОК НОВАЦІЙ: МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

В статті запропоновано механізм формування регіонального ринку новацій, здійснено аналіз обсягів попиту та пропозиції на об'єкти інтелектуальної власності, розглянуто структуру та умови формування ринкової кон'юнктури інтелектуальних продуктів.

Ключові слова: інноваційний продукт, ринок, новації, попит, пропозиція, об'єкти інтелектуальної власності, комерціалізація.

Рудь Н.Т., Копера К.

РЫНОК НОВАЦИЙ: МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ОБЪЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В статье предложен механизм формирования регионального рынка новаций, осуществлен анализ объемов спроса и предложения на объекты интеллектуальной собственности, рассмотрена структура и условия формирования рыночной конъюнктуры интеллектуальных продуктов.

Ключевые слова: инновационный продукт, рынок, новации, спрос, предложение, объекты интеллектуальной собственности, коммерциализация.

Rud N., Kopera K.

THE NOVATION MARKET: THE MECHANISM FOR THE FORMATION OF THE DEMAND AND THE OFFER ON THE INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS

In the article the mechanism of formation of the regional market of innovations is offered, the volume of demand and supply for intellectual property objects is analyzed, the structure and conditions of formation of the market environment of intellectual products are considered.

Keywords: innovative product, novation market, demand, supply, intellectual property, commercialization.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Для сучасного етапу розвитку світової економічної системи притаманні такі чинники як підвищення ролі знань та інформації, нематеріальних активів, які є важливими і для економіки України. Відповідно зростає роль та значення інтелектуалізації як суспільно-економічного процесу. Одним із головних напрямків розвитку і стимулювання науково-інноваційної діяльності є створення сприятливої інноваційної інфраструктури, яка б забезпечила просування інноваційного продукту на ринок. Розглядаючи проблему в цьому напрямку, слід зазначити, що неможливо досягти ефективного розвитку виробничої системи без врахування такої складової як використання в господарському обігу інтелектуальної власності (ІВ).

Інтелектуалізація виробничих систем дозволяє в короткі терміни з високою ефективністю використати у виробництві інтелектуальний потенціал країни. Основою цього процесу є трансформація інтелектуальної власності в кінцевий продукт інноваційної діяльності, яку можна здійснити лише в інноваційному процесі. Тому, основним завданням на сучасному ринку новацій є узгодження попиту та пропозиції на об'єкти ІВ і створення сприятливих умов для їх комерціалізації.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання теорії та практики інноваційного розвитку економіки, значення комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності досліджували зарубіжні вчені: Г.П. Георгієв, В.Л. Іноземцев, Д.С. Львов, Б. Санто, Б. Твісс, Р.А. Фатхудінов, Р. Фостер, Ф. Фукуяма, Й. Шумпетер, О.Ю. Юданов, Ю.В. Яковець. В Україні цю проблематику розробляли О.І. Барановський, Т.М. Боголіб, Є.І. Бойко, І.О. Вакарчук, А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин, Г.М. Добров, М.З. Згуровський, В.Г. Зінов, М.А. Козоріз, В.М. Кремінь, М.І. Крупка, А.Я. Кузнєцова, І.І. Лукінов, Б.А. Малицький, С.М. Ніколаєнко, Л.К. Семів, Т.С. Смовженко, В.П. Соловійов, Л.І. Федулова, Н.І. Чухрай, Л.Т. Шевчук та інші. Механізм формування ринку ІВ, умови його розвитку, а також особливості формування ринкової кон'юнктури потребують детального дослідження в умовах інноваційного розвитку України.

Цілі статті – дослідження механізму ринкового регулювання комерціалізації об'єктів ІВ та визначення чинників формування попиту та пропозиції на них.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Ринок новацій як відносно автономний сегмент цілісного ринку володіє рядом специфічних рис, які обумовлені як особливим характером виробництва та обміну, так і особливими властивостями інтелектуального товару. Саме ці особливості модифікують механізм формування ринкової пропозиції та попиту на інноваційний продукт. Однак специфіка інноваційного ринку не позбавляє його іманентних властивостей, які характеризують загальний ринковий простір і визначають узгодження ринкової кон'юнктури на об'єкти ІВ [1, с. 12].

Розвиток ринку новацій передбачає забезпечення виробництва новітніх науково-технологічних розробок. Вітчизняний ринок новацій характеризується невеликою кількістю пропозицій інноваційних продуктів, що пов'язане з відсутністю попиту зі сторони бізнесу, великою вартістю, ризиком.

Об'єктами ринку новацій є винаходи, корисні моделі, промислові зразки, патенти, ліцензії, ноу-хау, фірмові найменування [3, с. 84].

Ринок ділиться на [4]:

- ринок нематеріальних інновацій (ідеї, патенти, ноу-хау, наукові розробки, звіти та ін.);
- ринок інновацій.

Пропозиція новацій за своєю сутністю націлена на трансформацію інтелектуального продукту у фактор виробництва. Новації за ступенем готовності до використання їх у господарській практиці можна згрупувати так (рис.1):

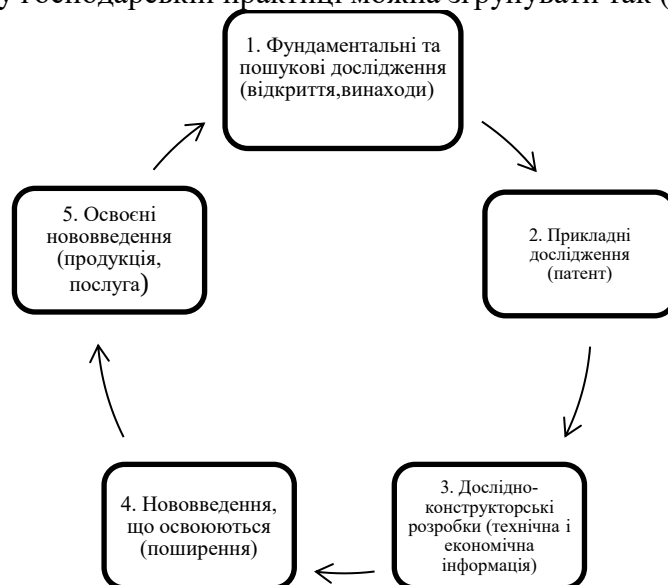


Рис.1. Схема групвання новацій

Зазначимо, що частка прийнятих новаторських ідей у цілому по Україні не перевищує 20%. Для порівняння: у Японії вона складає 68%, США – 52%, Швеції – 45%, Польщі – 30%. Зважаючи на низький рівень розвитку ринку новацій та несформованого попиту на інтелектуальні продукти, необхідно розробити механізм їх комерціалізації з метою ефективного освоєння новацій виробництвом [5, с. 34].

Новації як інтелектуальний продукт, реалізований у винаході, проектах, макетах, інструкціях, бізнес-планах, пропозиціях, програмних носіях, нових технологіях, трансформуються на ринку в товар і як товар набувають усіх ознак та вартісного вираження, які властиві суспільному продукту [6, с. 46].

Найбільш послідовно специфіка товарної форми інноваційного продукту показана В. Новіковим шляхом порівняння угод у міновій (де відбувається купівля-продаж традиційних масових товарів) та інноваційній економіці. Новація, об'єктизована у різних формах, може як товар передаватися будь-якій кількості покупців [7, с. 15].

Угода з реалізації майнових прав власності типу «товар-гроші», при якій відбувається продаж цих прав, є рідкісним випадком в інноваційній економіці. Основою цієї економіки є саме угода, яка представляє собою продаж прав на інтелектуальний продукт [8, с. 24].

Ознаки інноваційного продукту, деякі особливості, розглянуті у працях інших авторів та запропоновані ними ідеї допоможуть уточнити властивості новації-товару [9, с. 58], які необхідно враховувати при формуванні ринку новацій:

1) будь-яка новація, як інтелектуальний продукт є продуктом «природної монополії» і несе в собі неповторну інформацію;

2) товарно-грошові відносини є визначальним елементом усіх стадій трансформації інтелектуальної ідеї у комерційну реальність;

3) товаром є як ідея (титул власності на неї – патент, або форма реалізації – ліцензія чи ноу-хау), що лежить в основі новації (оскільки вона має корисність – конкретну практичну мету, яку можна з її допомогою досягнути), так і матеріальний результат – нова вигода (нова продукція, технологія, послуга);

4) має властивість обмінюватися, але не відчужується повністю, а лише запозичається (продана новація з однаковим успіхом служить і її продавцю, і покупцю одночасно), часто належить суспільству;

5) може бути проданою не один раз, а одночасно є об'єктом декількох ринкових угод;

6) задовольняє нові або розвиває існуючі споживчі потреби і, таким чином, характеризується певною споживчою корисністю, користується попитом та має ринкову новизну;

7) виготовляється у зв'язку із швидкістю зміни номенклатури та високого ризику;

8) новація спрямована на комерціалізацію результатів;

9) призначена бути предметом «для інших» (наукова ідея, положення, стратегія, картина, роман);

10) характеризується незначними витратами на дифузії продукту, притаманне специфічне ціноутворення.

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

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, конкурентоспроможні товари, нові послуги [10].

Етапи освоєння (життєвого циклу) інновацій:

1) зародження інновації – генерація ідей, структуризація проектної групи, інвестиції в науково-дослідницьку діяльність, купівля патентів, укладання договорів з науковими фірмами;

2) розвиток і зростання інновації (освоєння інновації) – необхідність ручного управління проектними групами (мобільними і гнучкими); необхідність залучення до інновації більшості структурних підрозділів організації з метою роботи її масовою і пріоритетною;

3) стабілізація або бюрократизація інновації – спад інноваційної активності; колектив стабільно працює відповідно до функціональних обов'язків;

4) вмирання інновації.

Для кожного з цих етапів розвитку та освоєння інновацій існують свої окремі ринки продажу, продавці, посередники і покупці (рис. 2).

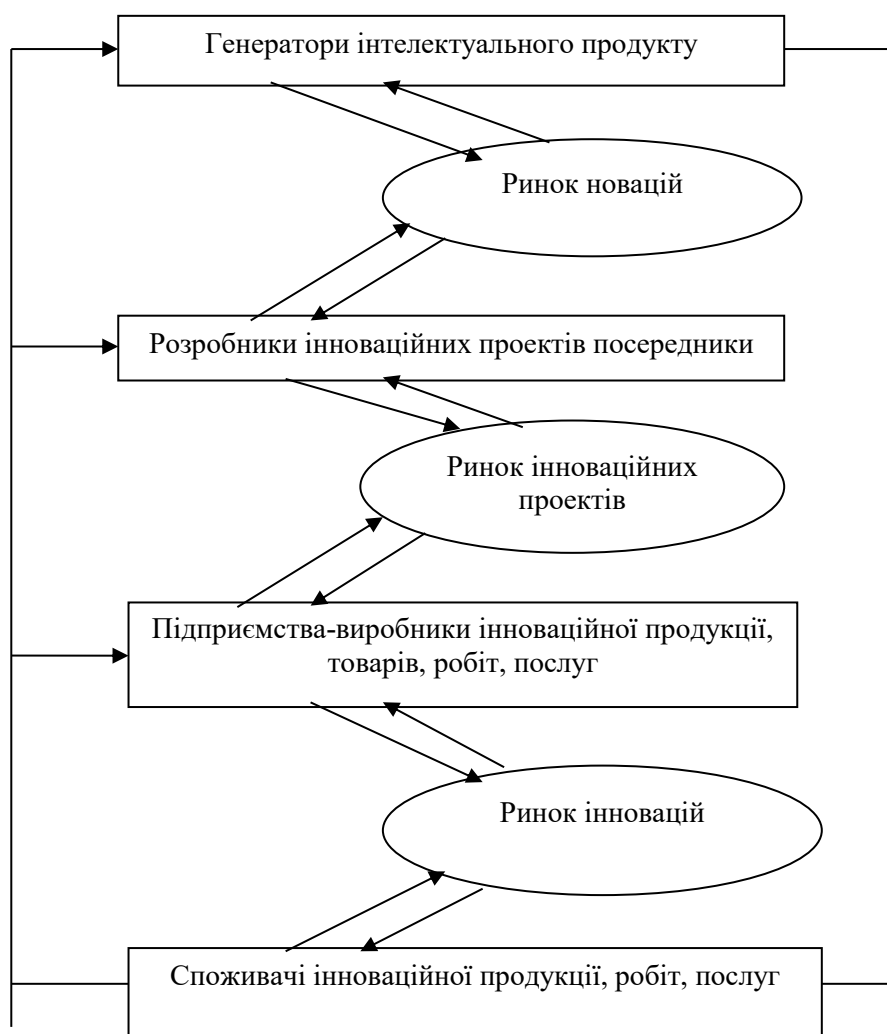


Рис.2. Складові інноваційного ринку та послідовність здійснення купівлі-продажу між суб'єктами інноваційної діяльності (розроблено авторами)

По етапах життєвого циклу інноваційного продукту виділені характерні для нього проблеми: нерозвинений підприємницький старт вчених-розробників (психологічно-ментальні бар'єри), проведення НДДКР без урахування попиту ринку, малоефективні

маркетингові дослідження, старіння знань, відсутність «упакованих» ідей, відведення перспективних технологій в тіньовий і кустарний бізнес; недолік виробничих, фінансових та кадрових ресурсів; високі накладні витрати з обслуговування (виробничо-технологічні бар'єри); недолік інвестицій (адміністративні та фінансові бар'єри); нерозвинена інноваційна інфраструктура (організаційно-управлінські бар'єри).

Крім того, визначаються фактори, що впливають на формування інтелектуальної власності в інноваційній сфері. Це, перш за все, ступінь технологічності виробництва, ресурсний потенціал підприємства, форма власності, концентрація виробництва і конкуренція [11, с. 11].

Основними джерелами формування пропозиції новацій є [12, с. 5]:

- результати аналізу потреб споживачів, у тому числі прихованих чи потенційних, які виявлені у результаті маркетингових ринкових досліджень;
- результати аналізу розробок у галузі науки і техніки (патенти, наукові публікації, звіти про НДДКР і ін.), проведеного методом кабінетних досліджень;
- розробки науково-технічних працівників самого підприємства (винаходи і раціоналізаторські пропозиції);
- результати аналізу діяльності конкурентів, у тому числі їх перспективних розробок;
- результати ситуаційного й імітаційного моделювання поведінки споживачів у сьогоденні і майбутньому;
- результати аналізу тенденцій (трендів) науково-технічного прогресу, а також змін технологічної, економічної, соціальної, політичної, культурної, правової, екологічної, демографічної й інших складових середовища господарювання.

В ринковій економіці пропозиція має задовольняти попит. Попит на ринку новацій – це платоспроможний попит на новий інноваційний продукт чи на новий вид послуг, на нову технологію, на нову форму організації або управління, на носії новизни (інформація, патенти, ліцензії, ноу-хау) зі сторони споживчого чи виробничого сектора. Інноваційний продукт – результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, встановленим законом України «Про інноваційну діяльність» [13]:

а) він є реалізацією (впровадженням) об'єкта ІВ (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів ІВ ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт ІВ має бути визначальним для даного продукту;

б) розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

в) в Україні цей продукт вироблено (буде вироблено) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоздатним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Конкретний обсяг попиту на новації, як і на будь-який інший товар, залежить, у першу чергу, від його ціни у зіставленні з корисністю для споживача. Попит на інтелектуальний продукт формується під впливом внутрішніх і зовнішніх детермінант, які значно відрізняються від факторів попиту на традиційну продукцію [14, с. 403].

До внутрішніх факторів відносимо: відповідність галузевим стандартам, відповідність тенденціям моди, висока якість нової продукції, забезпечення гарантійного та сервісного обслуговування нової продукції, величина витрат на наукові дослідження, технічний рівень підприємства-виробника нової продукції, швидкість

освоєння, транснаціональний рівень галузі, ціна, авторитет покупця, сегмент ринку, витрати на рекламу, рівень професійної підготовки кадрів.

Зовнішні фактори включають: стан економіки та політичну ситуацію, правове забезпечення, екологічну ситуацію, науково-технічний прогрес, співвідношення старої та нової продукції у номенклатурі підприємств регіону, підвищення ефективності роботи споживачів, дієвість реклами, доходи споживачів, наявність аналогів, невизначеність.

Ринковий же попит на новачії як на результат науково-технологічної діяльності визначається системою структуроутворюючих факторів: кількість підприємств, що здійснюють інновації, напрямки здійснення інновацій, темпи оновлення продукції, економічні можливості споживачів інновацій, наявність конкурентів, концентрація ресурсів для здійснення інновацій, макроекономічні параметри, галузева структура, утворення нових галузей економіки, стан основних фондів та рівень їх оновлення, інвестиційні фактори, ціновий механізм [15, с. 27].

Аналіз попиту на новачії проводиться за такими напрямками [16, с. 20]:

- 1) аналіз обсягу попиту за напрямками проведених інновацій;
- 2) аналіз попиту за галузями промисловості;
- 3) аналіз структури попиту за напрямками їх проведення;
- 4) аналіз обсягу попиту на прогресивні технології, в т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі, безвідходні;
- 5) аналіз попиту на винаходи, корисні моделі та промислові зразки;
- 6) аналіз попиту на раціоналізаторські пропозиції.

Для ефективного функціонування ринку новачій, як і будь-якого іншого ринку, необхідна наявність суб'єктів господарювання – продавця і покупця. Продавцями новачій 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 або зменшилися в статусі і таємниці. Покупцями є професіонали, а мета покупки полягає в підвищенні конкурентоспроможності фірми, що купує інновації.

Склад ринку новачій поданий у табл. 1.

Таблиця 1.

Склад ринку новачій

Продавці	Покупці
Виробники об'єктів інтелектуальної власності, ноу-хау, раціоналізаторських пропозицій, власники ліцензій, патентів	Розробники інноваційних проєктів, посередники, інші суб'єкти інноваційної інфраструктури, що здійснюють посередницькі функції (центри трансферу технологій)
– вищі заклади освіти; – науково-дослідні та дослідно- конструкторські організації; – галузеві науково-дослідні інститути; – дослідники, винахідники; – раціоналізатори і новатори; – венчурні фірми – фірми-експерти та ін.	– державні фонди та програми; – недержавні фонди, гранти та програми; – інформаційно-технологічні агентства; – фінансові фірми, установи; – розробники проєктів стартапів; – консалтингові компанії, інноваційні центри, бізнес-інкубатори та ін.

Примітка. Складено авторами.

Обсяг пропозиції новачій, як будь-якого іншого товару, формується під впливом таких детермінант [17, с. 53]:

- кількість організацій у регіоні, які виконують наукові та науково-технічні роботи;
- забезпеченість наукових організацій кадрами вищої кваліфікації;

- обсяг та джерела фінансування наукової та науково-технічної діяльності;
- фондоозброєність та технічна оснащеність працівників;
- рівень комп'ютеризації;
- доступ до інформаційних мереж;
- винахідницька активність;
- надходження та використання ОПВ та раціоналізаторських пропозицій;
- ризик.

Розглянемо основні фактори, які впливають на формування ринку новачків. Одним із основних, на нашу думку, є винахідницька активність, яку доцільно характеризувати коефіцієнтом патентування. Слід відмітити, що у 2011 році значення даного показника було найвищим і становило 0,77, тобто 77 % з усіх поданих заявок було запатентовано. У наступні роки кількість виданих патентів на винаходи не перевищувала 70 % усіх поданих заявок. На рис. 3 проілюстровано динаміку коефіцієнта патентування.

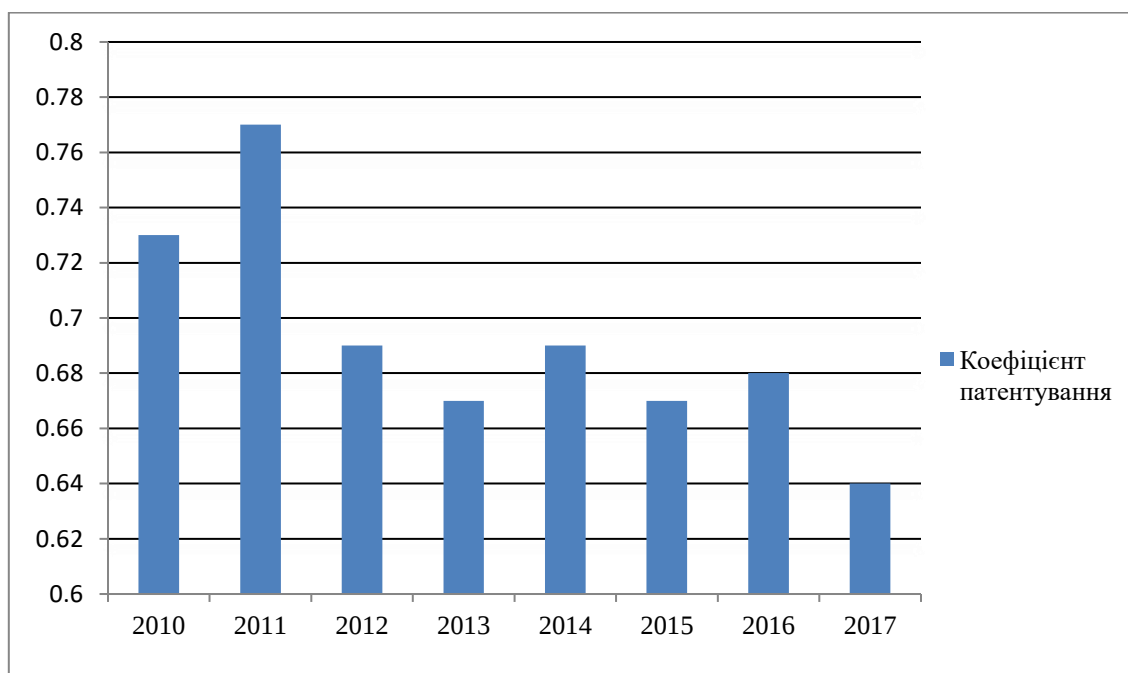


Рис. 3. Значення коефіцієнта патентування у 2010–2017 роках (розраховано авторами на основі [19, 20])

Упродовж 2017 року наукові дослідження і розробки в Україні виконували 963 організації, 45,8% з яких відносилися до державного сектору економіки, 39,0% – підприємницького, 15,2% – вищої освіти. Саме фахівці науково-дослідних інститутів генерують ідеї та перетворюють їх в інтелектуальну власність.

Таблиця 2.

Організації, які виконують наукові та науково-технічні роботи, одиниць

Регіони (області)	2005		2010		2015		2016		2017		2017-2005	
	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	абсол.	відн.
Україна	1510	100	1303	100	978	100	972	100	963	100	-547	36,22
Волинська	16	1,06	12	0,92	10	1,02	10	1,02	9	1,03	-7	43,75

Складено авторами на основі [19, 20].

На підприємствах та в організаціях, які здійснювали НДР, кількість виконавців таких робіт на кінець 2017 року становила 94,3 тис. осіб (з урахуванням сумісників та осіб, які працюють за договорами цивільно-правового характеру), з яких 63,0% –

дослідники, 9,7% – техніки, 27,3% – допоміжний персонал. Необхідно відмітити, що науковий потенціал України катастрофічно спадає з кожним вченим, який покидає країну і їде за кордон. У 2000 році чисельність фахівців, які виконували наукові та науково-технічні роботи становила 120773 осіб.

Узагальнюючими показниками, що характеризують стан фінансування науки в міжнародній практиці, прийнято вважати частку вартості науково-технологічних робіт у валовому внутрішньому продукті (ВВП) та частку бюджетних асигнувань на науку у ВВП.

Характерно, що частина ВВП, що витрачається на наукові дослідження в Україні значно менша, ніж у провідних країнах світу. Той факт, що українська наука за малого рівня фінансування все ж дала цілий ряд принципово важливих і практично значимих результатів, можна пояснити лише тим, що вона реалізувала за цих умов свій досить значний доробок, накопичений у попередні роки (табл. 10.3).

Існує щільна кореляція між тим, скільки економіка інвестує в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), і тим, як вона розвивається. Визначаючи вклад науково-технологічного прогресу в ріст ВВП тієї чи іншої країни, сучасні економісти відводять цьому фактору частку в 70–80%. Приймаючи як аксіому дану оцінку, можна стверджувати, що економіка України не зможе досягнути високих темпів росту протягом тривалого часу при сьогодиньшому рівні вкладень в науку.

Таблиця 3.

Динаміка державних витрат на НДДКР у % до ВВП

Показник	1990	2000	2005	2010	2015	2016	2017
Загальні витрати на наукові дослідження	3,11	0,96	0,99	0,82	0,62	0,48	0,45
Фактичні витрати на науку з державного бюджету	2,3	0,28	0,41	0,34	0,21	0,16	0,16

Складено авторами на основі [19, 20].

Українська економіка сьогодні (2017 рік) вкладає в науку 0,45 % від ВВП, у тому числі за рахунок коштів державного бюджету – 0,16%. Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність» запроваджується бюджетне фінансування не менше 1,7% ВВП. Однак, вимоги цього закону із року в рік порушуються, фінансування науки та науково-технологічної діяльності погіршується і нині бюджетне забезпечення становить 36,5% від загального обсягу фінансування, тоді як у 2010 р. – 41,5%, у 2005 р. – 33,7 % (табл. 3).

Аналізуючи попит на новачі, необхідно орієнтуватися на колективні підприємства, оскільки, серед інноваційно-активних (ті, що формують попит на новачі), їхня питома вага в 2017 році складала 18,9% (табл. 4), а в перспективі – на приватні підприємства, де відбулося 100% зростання кількості підприємств, які впроваджували результати наукової діяльності [18, с. 38].

Таблиця 4.

Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації, одиниць

Регіони (області)	2005		2010		2015		2016		2017		2017–2005	
	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	абс.	відн.
Україна	810	100	1217	100	723	100	735	100	672	100	-138	17,04
Волинська	6	0,74	23	1,89	11	1,52	11	1,5	16	2,38	10	166,66

Складено авторами на основі [19, 20].

Кількість упроваджених інноваційних технологічних процесів в Україні у 2016 році була найвищою і становила 3489 найменувань, в той час як на Волині найвищий показник був у 2015 році і його питома вага складала 1,88% (табл. 5).

Таблиця 5.

Упроваджено нових технологічних процесів, найменувань

Регіони (області)	2005		2010		2015		2016		2017		2017–2005	
	найм.	%	найм.	%	найм.	%	найм.	%	найм.	%	абс.	відн.
Україна	1808	100	2043	100	1217	100	3489	100	1831	100	23	1,27
Волинська	4	0,22	16	0,78	13	1,88	17	0,48	8	0,43	4	100,0

Складено автором на основі [19, 20].

Упровадження нових технологічних процесів сприяє випуску нових, інноваційних, видів продукції (табл. 6). Основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – це більше 80% всіх витрат протягом останніх років. Слід відмітити, що питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі промислової впродовж 2000–2014 років була незначною від 2,5% у 2014 році до 7,0% у 2002 році. У післякризовий період вона скоротилась з 1,4% у 2015 році до 0,7% у 2017 році. В останні роки всі показники науково-інноваційної активності в економіці України погіршились.

Таблиця 6.

Кількість упроваджених інноваційних видів продукції, найменувань

Регіони (області)	2005		2010		2015		2016		2017		2017–2005	
	найм.	%	найм.	%	найм.	%	найм.	%	найм.	%	абс.	відн.
Україна	3152	100	2408	100	3136	100	4139	100	2387	100	–765	24,3
Волинська	14	0,44	44	1,83	8	0,26	11	0,27	7	0,29	–7	50

Складено автором на основі [19, 20].

Аналізуючи сучасний стан економіки України і проведені нами дослідження та пропозиції, можна визначити основні проблеми, що гальмують розвиток ринку новачків [17]:

1. Низький попит на новітні розробки. Досить часто науковці не розуміють пріоритетних напрямків ринку та запитів споживачів. Створення нової технології базується на знаннях, а не потребах підприємств.

2. Відсутність єдиного керівного органу в сфері науково-інноваційної діяльності на державному рівні, що призводить до недосконалості системи фінансування наукових розробок та їх освоєння.

3. Недосконалість інноваційної інфраструктури та нестабільність інноваційних комунікацій: знаходження на стадії формування інноваційної інфраструктури уповільнює проходження новачками всіх етапів інноваційного циклу. Даний процес діє як демотиваційний фактор для дифузії інноваційної пропозиції.

4. Відсутність ефективного пільгового оподаткування.

5. Недосконала система охорони прав інтелектуальної власності.

6. Високий ризик науково-інноваційної діяльності.

Основними заходами щодо покращення платоспроможного попиту у науково-інноваційній сфері мають стати:

– реалізація системи пільг, передбачених чинним законодавством та впровадження їх для інноваційно-активних підприємств;

– відповідна амортизаційна політика для інноваційних організацій;

- державна фінансова допомога підприємствам щодо впровадження новітніх розробок;
- утворення системи стимулів для винахідників;
- вирівнювання (в бік підвищення) інноваційного потенціалу регіонів шляхом використання науково-технологічних ресурсів інших регіонів;
- інноваційне вдосконалення науково-експериментальної і виробничої бази, яке буде спрямоване на їх технологічне переоснащення.

Висновки. Отже, для формування платоспроможного попиту на інноваційний продукт в Україні необхідно активізувати створення у регіонах механізму забезпечення функціонування ринку новачків, умов для здійснення операцій комерціалізації об'єктів ІВ.

Для ефективного освоєння об'єктів ІВ виробництвом необхідно, щоб на ринку новачків активно комерціалізувались інноваційні продукти та було належне фінансове забезпечення. Вирішення існуючої проблеми можливе за рахунок формування ефективного механізму ринкової кон'юнктури та впровадження заходів стимулювання науково-інноваційної діяльності в Україні.

Список бібліографічного опису:

1. Федулова Л. Нова роль інтелектуальної власності. *Інтелектуальна власність*. 2008. №4. С. 10–19.
2. Бауліна Т.В. Інноваційні підходи до розвитку інтелектуального потенціалу України. *Проблеми науки*. 2010. №2. С. 2–7.
3. Рудь Н.Т. Економіка і організація інноваційної діяльності: навчальний посібник. Луцьк: РВВ ЛДТУ, 2007. 476 с.
4. Басєв И. А., Горшенина Д. А. Сущность, структура и функции рынка инноваций. *Вестник ЮУрГУ. Серия : Экономика и менеджмент*. 2015. №1. С. 54–61.
5. Бідак В.Я. Захист та використання інтелектуального потенціалу в умовах розбудови інноваційного суспільства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2008. №6 (85). С. 33–37.
6. Дюндін В. Аналіз динаміки розвитку інтелектуального потенціалу України. *Економіст*. 2008. №8. С. 43–47.
7. Другов О. Основні проблеми та напрями розвитку інвестиційного забезпечення інтелектуалізації економіки України. *Вісник НБУ*. 2011. №7. С. 14–18.
8. Морозов О. Роль об'єктів інтелектуальної власності у конкурентоздатності виробництва / О. Морозов // *Інтелектуальна власність*. – 2009. – №4. – С. 22–26.
9. Невінчаний І.С. Роль інтелектуальної власності в контексті реалізації інноваційних процесів. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2008. №10 (89). С. 54–59.
10. Князевич А. О. Ринок інновацій у складі інноваційної інфраструктури країни. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 129–139.
11. Мазур Н. З. Методология управления интеллектуальной собственностью в условиях инновационной экономики: автореферат диссер. д-ра экон. наук: 08.00.05. Уфа: 2008. 40с.
12. Бауліна Т.В. Сучасний підхід до визначення сутності економічної категорії «інтелектуальний капітал» *Проблеми науки*. 2010. №4. С. 2–8.
13. Закон України «Про інноваційну діяльність»: 4 липня 2002 р. URL: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?
14. Черевко Г.В. Інтелектуальна власність: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 412 с.
15. Мамонтова Н.А. Сучасні підходи до оцінки вартості інтелектуального капіталу. *Проблеми науки*. 2010. №5. С. 24–29.
16. Немчин О. Введення інтелектуальної власності в господарський оборот – український інноваційний прорив. *Інтелектуальна власність*. 2010. №4. С. 20–21.
17. Окорочков В.Р. Принципы и методы оценки рыночной стоимости объектов интеллектуальной собственности в инновационной экономике. *Инновации*. 2011. №3 (149). С. 51–55.
18. Фасхiev X.A. Интеллектуальный капитал-основа инновационного развития предприятия. *Инновации*. 2011. №6 (152). С. 31–40.
19. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2017.
20. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2016.

References:

1. Fedulova, L. (2008). Nova rol' intelektual'noyi vlasnosti [The New Role of Intellectual Property]. *Intelektual'na vlasnist' – Intellectual Property*, 4, 10–19 [in Ukrainian].
2. Baulina, T.V. (2010). Innovatsiyni pidkhody do rozvytku intelektual'noho potentsialu Ukrayiny [Innovative approaches to the development of the intellectual potential of Ukraine]. *Problemy nauky – Problems of Science*, 2, 2–7 [in Ukrainian].
3. Rud', N.T. (2007). *Ekonomika i orhanizatsiya innovatsiynoyi diyal'nosti* [Economics and organization of innovative activity]. Luts'k: RVV LDTU [in Ukrainian].
4. Bayev, I. A. Gorshenina, D. A. (2015). Sushchnost', struktura i funktsii rynku innovatsiy [The essence, structure and functions of the innovation market]. *YUUrGU. Seriya: Ekonomika i menedzhment. – Bulletin of SUSU. Series: Economics and Management.*, 1, 54–61 [in Russian].
5. Bidak, V.YA. (2008). Zakhyst ta vykorystannya intelektual'noho potentsialu v umovakh rozbudovy innovatsiynoho suspil'stva [Protecting and utilizing intellectual potential in conditions of building innovative society]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini – Formation of market relations in Ukraine*, 6 (85), 33–37.

6. Dyundin V. (2008). Analiz dynamiky rozvytku intelektual'noho potentsialu Ukrayiny [Analysis of the dynamics of development of intellectual potential of Ukraine]. *Ekonomist – Economist*, 8, 43–47 [in Ukrainian].
7. Druhov O. (2011). Osnovni problemy ta napryamy rozvytku investytsiynoho zabezpechennya intelektualizatsiyi ekonomiky Ukrayiny [The main problems and directions of development of investment support for intellectualization of Ukrainian economy]. *Visnyk NBU. – Bulletin of the National Bank of Ukraine*, 7, 14–18 [in Ukrainian].
8. Morozov, O. (2009). Rol' ob'yektiv intelektual'noyi vlasnosti u konkurentozdatnosti vyrobnytstva [The role of intellectual property objects in the competitiveness of production]. *Intelektual'na vlasnist' – Intellectual property*, 4, 22–26 [in Ukrainian].
9. Nevinchanyy, I.S. (2008). Rol' intelektual'noyi vlasnosti v konteksti realizatsiyi innovatsiynykh protsesiv [The Role of Intellectual Property in the Context of Innovation Processes Implementation]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini – Formation of market relations in Ukraine*, 10 (89), 54–59 [in Ukrainian].
10. Knyazevych, A. O. (2015). Rynok innovatsiy u skladi innovatsiynoyi infrastruktury krayiny [The market of innovations in the structure of innovative infrastructure of the country]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy – Marketing and management of innovations*, 3, 129–139 [in Ukrainian].
11. Mazur, N. Z. (2008). Metodologiya upravleniya intelektual'noy sobstvennost'yu v usloviyakh innovatsionnoy ekonomiki [The methodology of intellectual property management in an innovative economy]. Extended abstract of Doctor's thesis. Ufa [in Russian].
12. Baulina, T.V. (2010). Suchasnyy pidkhid do vyznachennya sutnosti ekonomichnoyi katehoriyi “intelektual'nyy kapital” [The modern approach to the definition of the essence of economic category “intellectual capital”]. *Problemy nauky. – Problems of Science*, 4, 2–8 [in Ukrainian].
13. Zakon Ukrayiny Pro innovatsiynu diyal'nist': pryiniaty 4 lyp. 2002 roku №40–IV [Law of Ukraine “On Innovative Activity” from July 4, 2002, №40–IV]. (2002, August). *Holos Ukrainy – Voice of Ukraine*, 144, pp.10–12 [in Ukrainian].
14. Cherevko, H.V. (2008). *Intelektual'na vlasnist' [Intellectual property]*. Kyiv: Znannya [in Ukrainian].
15. Mamontova, N.A. (2010). Suchasni pidkhody do otsinky vartosti intelektual'noho kapitalu [Current approaches to the valuation of intellectual capital]. *Problemy nauky – Problems of Science*, 5, 24–29 [in Ukrainian].
16. Nemchyn, O. (2010). Vvedennya intelektual'noyi vlasnosti v hospodars'kyy oborot – ukrayins'kyy innovatsiynyy proryv [Introduction of Intellectual Property in Economic Turnover – Ukrainian Innovation Breakthrough]. *Intelektual'na vlasnist' – Intellectual Property*, 4, 20–21 [in Ukrainian].
17. Okorokov, V.R. (2011). Printsipy i metody otsenki rynochnoy stoimosti ob'yektiv intelektual'noy sobstvennosti v innovatsionnoy ekonomike [Principles and methods for assessing the market value of intellectual property in an innovative]. *Innovatsii. – Innovations*, 3 (149), 51–55 [in Russian].
18. Faskhiyev, K.H.A. (2011). Intelektual'nyy kapital-osnova innovatsionnogo rozvitiya predpriyatiya [Intellectual capital is the basis of innovative development of an enterprise]. *Innovatsii – Innovations*, 6 (152), 31–4 [in Russian].
19. Naukova ta innovatsiyna diyal'nist' v Ukrayini: statystychnyy zbirnyk [Scientific and Innovative Activity in Ukraine: Statistical Collection] (2017). Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [in Ukrainian].
20. Naukova ta innovatsiyna diyal'nist' v Ukrayini: statystychnyy zbirnyk [Scientific and Innovative Activity in Ukraine: Statistical Collection] (2016). Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [in Ukrainian].

DOI: <https://doi.org/10.36910/6765-2308-8559-2019-4-38>

УДК 338.64

Шубала І.В., к.е.н., доцент

Гордійчук А.І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ОЦІНКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ У СФЕРІ ПРАЦІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

У статті вивчено сфери гендерної дискримінації в країнах-членах ЄС, проведено аналіз та оцінку забезпечення гендерної рівності у сфері праці в умовах євроінтеграції України.

Ключові слова: гендерна рівність, праця, соціально-трудові відносини, чоловіки, жінки.

Шубала І.В., Гордійчук А.І.

ОЦЕНКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГЕНДЕРНОГО РАВЕНСТВА В СФЕРЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ УКРАИНЫ

В статье изучены сферы гендерной дискриминации в странах-членах ЕС, проведен анализ и оценка обеспечения гендерного равенства в сфере труда в условиях евроинтеграции Украины.

Ключевые слова: гендерное равенство, труд, социально-трудовые отношения, мужчины, женщины.

Shubala I., Gordiychuk A.