

**Л. А. Николаева**

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории института международного бизнеса и экономики, кандидат экономических наук, доцент (690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41)

### **ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИЙ НА РЫНОК И ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК<sup>1</sup>**

*инновации, научные разработки, продвижение инноваций, коммерциализация*

*Инновационные процессы играют важную роль в осуществлении модернизации экономики. Статья об инновациях и их продвижении на рынок. Рассмотрены проблемы создания инноваций на уровне университетов. Важную роль в инновационном процессе играют вузы. Выявлены особенности рынка научно-образовательной продукции. Показаны особенности процесса коммерциализации научной продукции. Отмечены проблемы и противоречия системы государственного и рыночного регулирования науки.*

Проблема интенсивного продвижения инноваций и прогрессивных технологий является чрезвычайно актуальной для нашей страны. Сегодня становится все более очевидным, что трансформация научно-технических разработок в инновационный продукт, востребованный рынком, это самый трудный этап в цепочке, связывающей науку и образование с непосредственным потребителем инноваций. Важнейшими причинами трудностей являются неэффективность существующей системы трансфера технологий и диффузии инноваций, отсутствие у научных работников опыта технологического предпринимательства.

Причины низкой эффективности продвижения инноваций в России заключаются в следующем: ученые и разработчики, как правило, не знают рынка и чаще всего не представляют, как полученные ими научные результаты могут быть трансформированы в рыночный продукт; менеджеры предприятий практически не знакомы с важнейшими направлениями современной науки и прорывными достижениями. Они не могут судить о достоверности научных результатов, предлагаемых для реализации, и их технологической эффективности; государство (в лице политиков и технических экспертов), призванное устанавливать правила продвижения инноваций, слабо представляет себе реальную атмосферу жизни научных лабораторий, условия проведения исследований, а также возможные последствия принимаемых законодательных положений для производства научного знания и его коммерциализации.

При определении возможности коммерциализации научных разработок необходимо учитывать: как государство поддерживает и финансирует разработки в той отрасли знаний, в которой создана рассматриваемая технология, кто (какие организации) ведёт исследования в интересующей области и как это может отразиться на коммерциализации.

<sup>1</sup> Доклад на II Международной научной конференции «Гуманитарные науки и современность» (Москва, 10 октября 2011 г.) Рекомендован к опубликованию Оргкомитетом конференции.