

СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ РЫНКА ИННОВАЦИЙ

И.А. Баяев, Д.А. Горшенина

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

Статья посвящена вопросам субъектного состава рынка инноваций, его структуре и функциям. Субъекты инновационной деятельности непрерывно взаимодействуют друг с другом в рамках реализации инновационных проектов, процесс взаимодействия субъектов циклический. Авторами рассмотрены концепции первостепенности спроса и предложения на рынке инноваций. Кроме того, рассматривается понятие внешней институциональной среды, которая представляет собой совокупность финансовых и нефинансовых институтов, содействующих развитию инновационной системы, которые могут быть частными, государственными и международными. Данная среда окружает рынок инноваций и по-другому может быть названа интегрированным научно-инновационным пространством.

Ключевые слова: рынок инноваций, внешняя институциональная среда, субъекты инновационной деятельности.

В традиционном понимании рынок – это абстрактное или реально существующее пространство, на котором происходит обмен (купля-продажа) товаров и услуг. Еще одна трактовка рынка представляет собой способ взаимодействия покупателей и продавцов, а также совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы вступают в контакт друг с другом с целью совершения сделки. По типу продаваемых товаров выделяют рынки потребительских товаров, материалов, недвижимости, рабочей силы, капитала, финансовых инструментов и т. п. По сути, любая сущность может стать предметом рыночных отношений. В условиях экономики знаний следует говорить о появлении рынка знаний. Знание представляет собой некую самостоятельную сущность, которую можно передавать от одного лица к другому, хранить, уничтожать и т. п. Знание может продаваться и покупаться, как продаются и покупаются товары и услуги.

На стыке двух рынков – рынка товаров и услуг и рынка знаний появляется третий – рынок инноваций (рис. 1).

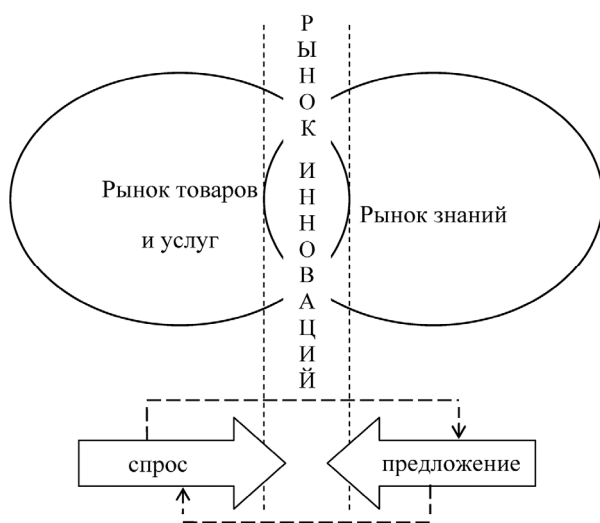


Рис. 1. Взаимосвязь рынка знаний и рынка товаров и услуг

Анализ научных трудов позволяет выделить два основных подхода к определению термина «рынок нововведений»: через определение специфики процесса производства на нем [1] либо перечисление его свойств [2], что отражает сущность данной категории достаточно узко.

Введем следующее понятие рынка нововведений. Рынок нововведений – это совокупность экономических отношений между интеграторами передовых технологий и проектов, предприятиями реального сектора экономики и физическими лицами с целью создания, внедрения и диффузии нововведения. Интеграторами передовых технологий будем считать организации, одной из основных целей которых является развитие фундаментальной и прикладной науки. К предприятиям реального сектора экономики отнесем предприятия промышленного и агропромышленного комплексов, транспорта и связи, строительного комплекса и др., составляющие сферу производства товаров и услуг. Физические лица могут выступать как источниками идей, так и непосредственными потребителями инновационного продукта [13].

В соответствии с этими определениями структурная модель рынка инноваций выглядит следующим образом (рис. 2).

Субъектами рыночных отношений выступают участники рынка нововведений, которые в соответствии с характером основной деятельности либо осуществляют научно-исследовательскую и научно-техническую деятельность (группа интеграторов передовых технологий и проектов либо физические лица), являются существующими или потенциальными заказчиками на инновации (предприятия реального сектора экономики), объектом интереса которых являются нововведения и экономический эффект внедрения новшеств, либо являются потребителями нововведений.

Внутренняя институциональная среда является пространством, или экосистемой, которая объединяет игроков на рынке. Она представляет собой

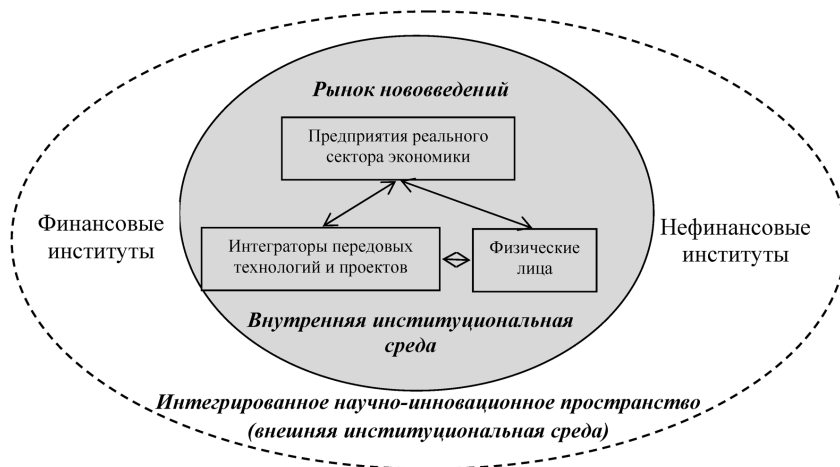


Рис. 2. Укрупненная структурная модель рынка инноваций

совокупность норм, рутин и правил поведения между субъектами, которая обеспечивает эффективное взаимодействие между субъектами рынка инноваций [14].

Ядром инновационного бизнеса является промышленное предприятие. Инновационная деятельность промышленных предприятий не является самоцелью, а выступает как средство достижения масштабных стратегических задач развития. Именно на промышленном предприятии осуществляется внедрение инновационных технологий, процессов, появляется инновационный продукт, благодаря чему происходит увеличение темпов развития бизнеса, повышение его конкурентоспособности, что приводит к увеличению оборота компании, росту регионального валового продукта, большому объему налоговых поступлений в бюджет региона и, как следствие, к повышению уровня благосостояния населения. На сегодняшний день для промышленных предприятий все более остро встает вопрос трансфера технологий. Данный термин предполагает не только передачу информации о новшестве, но и ее освоение при активном участии и источника информации (автора изобретения), и приемника информации о новой технологии, и конечного пользователя продукта, производимого с помощью этой технологии [3]. На промышленные предприятия передача технологий обычно происходит из исследовательских организаций на стадии завершения опытно-конструкторских работ для освоения технологии в условиях конкретного предприятия в серийном масштабе.

В классической экономике двигателем рыночной экономики является спрос. Только сами покупатели знают, что им в действительности нужно, а рыночный механизм может удовлетворить этот спрос. Когда же речь идет о рынках знаний и инноваций, мнение ученых относительно двигателя прогресса на этих рынках разделяется. Одни считают, что только прикладные знания вписываются в

модель классического рынка, где спрос правит балом, двигателем же экономики знаний является не спрос, а предложение, и лишь оно одно диктует развитие экономики знаний. Есть предложение – будет и спрос. Эта точка зрения имеет подтверждение в истории, когда предложенные на рынке никому не известные товары-новинки нашли своего потребителя, изначально не имеющего представления о данном товаре. Именно так когда-то на рынок пришли персональные компьютеры, позднее – различные электронные устройства типа iPod, еще позднее – пластиковые окна. Все эти то-

вары являются неотъемлемой частью жизни современного человека. Однако другие ученые считают, что на рынках инноваций и знаний, как и на классическом рынке товаров и услуг, спрос решает дальнейшую судьбу того или иного знания или новшества и их шансы на успех [4]. Под успехом знания и нововведения мы понимаем коммерческий эффект от его появления.

Мы придерживаемся концепции взаимозависимости спроса и предложения в вопросе реализации инноваций на рынке товаров и услуг. Первоначально предложение представляет рынку совершенно новый или усовершенствованный продукт (или услугу) и формирует небольшой спрос на него. На новый товар обращают внимание около 10 % от общего числа потребителей, которых принято называть новаторами или трендсеттерами. Затем уже спрос на товар-новинку начинает раскручивать рынок и стимулирует предложение к полноценному выведению его на рынок. В данном случае целесообразно говорить о синергетическом подходе к формированию спроса на инновационный товар. Консерватизм индивида, в России в частности, не побуждает его к изменениям – будь то изменениям спроса домохозяйств на товары массового потребления, либо изменениям принципов ведения бизнеса среди предприятий реального сектора. Именно поэтому закрутить спираль инноваций должно предложение, не навязывая новую парадигму, а лишь демонстрируя преимущества, которые получит потребитель нового товара либо услуги. И только действительно достойное предложение, которое способны оценить потребители на рынке, получит признание и займет свою нишу.

Рынок инноваций имеет свои специфические функции. К ним относятся:

1) удовлетворение потребностей предприятий реального сектора экономики в инновационных разработках;

2) финансирование прикладных научных исследований, проводимых на базе интеграторов передовых технологий и проектов, предприятиями реального сектора;

3) появление нового знания;

4) создание инновационных товаров, услуг, технологий;

5) диффузия (распространение) инноваций;

6) повышение конкурентоспособности предприятия, региона, страны.

Определяющей характеристикой данного рынка является появление новой наукоемкой высокотехнологичной продукции или услуг, по своим характеристикам превышающих существующие аналоги, способных повысить конкурентоспособность предприятия реального сектора экономики. Кроме этого, по нашему мнению, особенностью такой продукции является неявный, заранее не всегда определяемый спрос на нее.

Рынок делится на:

– рынок нематериальных инноваций (идеи, патенты, ноу-хау);

– рынок инновационных товаров и услуг.

Рынок нематериальных инноваций представляет собой площадку по продаже и покупке инновационных идей, патентов, ноу-хау и т. п. Объектом купли-продажи на рынке инновационных товаров и услуг является доведенная до стадии готового опытного либо промышленного образца инновационная идея.

Еще в XX веке основным требованием к новшеству, нововведению являлась секретность разработок. В настоящее время все больше говорят о принципе открытых инноваций: разработчик выводит на рынок еще недоработанный продукт с целью вовлечения в его доработку как можно большего числа специалистов в различных областях, что может значительно повысить востребованность продукта на рынке, так как сами потенциальные потребители вовлечены в его разработку [5]. Новая концепция управления инновациями была впервые систематизирована в работе Г. Чесбро в его книге «Открытые инновации. Новый путь создания и использования технологий», вышедшей в 2003 году. Значительной особенностью феномена открытых инноваций является свободная диффузия нововведений, идей и знаний, что делает границы предприятия достаточно условными [12]. Зачастую речь идет о полной открытости информационных границ корпораций [6].

По мнению авторов, в Российской Федерации концепция управления инновациями, основываясь на феномене открытых инноваций, развита незначительно. Основным объективным препятствием к этому, на наш взгляд, является недостаточное развитие института защиты интеллектуальной собственности, а также недобросовестность конкурентов, способных к неправомерному «заимствованию» идей. Однако не следует пренебрегать воз-

можностью развития концепции открытых инноваций на российском рынке. Именно данный подход обладает множеством доказанных эффектов, в том числе синергетическим эффектом [18]. Вероятно, на российском рынке следует говорить о данной концепции с позиции кооперации субъектов инновационной деятельности с разными функциональными возможностями и ролями на рынке инноваций. Концепция открытых инноваций, таким образом, несколько сужается в отличие от классической концепции, представленной Г. Чесбро, однако эффекты от взаимодействия субъектов рынка инноваций по-прежнему сохраняются.

Рынок инноваций окружает множество институтов, которое мы назовем интегрированным научно-инновационным пространством, либо внешней институциональной средой. Данная среда представляет собой совокупность финансовых и нефинансовых институтов [15], содействующих развитию инновационной системы, а также правил их взаимодействия (рис. 3).

В сфере финансово-экономического обеспечения появляются государственные, частные и международные финансовые институты. Инновационный процесс является длительным и делится на несколько стадий, каждая из которых определяется своим отношением «риск-доходность». Известно, что чем выше риск на стадии инновационного процесса, тем выше доходность, однако возврат высокорисковых инвестиций может быть невероятно мал. Из-за различий на этапах инновационного процесса, возникают различия и в финансировании инновационной деятельности. Чаще всего финансирование инновационных проектов на предпосевной и посевной стадиях берут на себя бюджетные фонды либо бизнес-ангелы. С благоприятным ходом инновационного проекта уже меньшие риски и финансирование могут взять на себя внебюджетные источники.

Еще одним важным элементом интегрированного научно-инновационного пространства являются нефинансовые институты, к которым, в том числе, относится стратегическая инфраструктура на мезо- и макроуровнях. Неотъемлемой частью внешней институциональной среды является государственная политика в области науки и инноваций, представленная институтами законодательной и исполнительной власти на муниципальном, региональном и государственном уровнях.

В условиях переходной экономики государство играет существенную роль. Эта роль заключается не в чрезмерном вмешательстве в процесс инвестиций, производства и сбыта, а в осуществлении институциональной поддержки деятельности инновационных предпринимателей, полностью обеспечивая их эффективную работу на конкретной территории. Экономическим «ответом» предпринимателей является, в первую очередь,

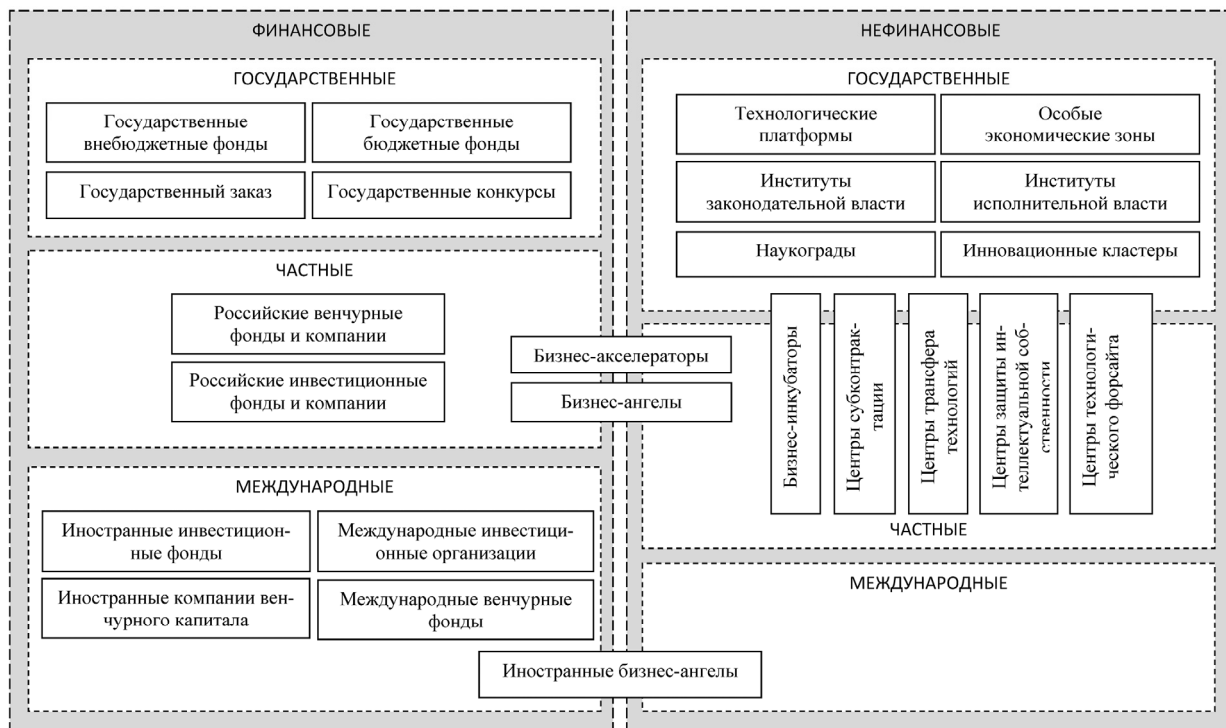


Рис. 3. Внешняя институциональная среда (интегрированное научно-инновационное пространство)

уплата налогов, во-вторых, предоставление высококачественных рабочих мест для местных жителей, преимущественное удовлетворение потребностей рынка в наукоёмкой продукции [7].

Действующая концепция развития инноваций в РФ в большинстве своём основана на коммерциализации уже наработанных новаций, которую можно характеризовать как «проталкивающую», когда в системе «интегратор передовых технологий – промышленное предприятие» идеи предлагаются на уровне университета, при поддержке государственного финансирования проходят фазу опытно-конструкторских работ, после чего руководители проекта ищут потенциальные промышленные предприятия для внедрения своих разработок. Однако в период мирового финансового кризиса имеет смысл все больше использовать иной подход к реализации инновационной политики – перейти от коммерциализации уже имеющихся проектов к формированию заказа на научно-технические разработки от реального бизнеса. Технология коммерциализации инноваций в таком случае начинается с предложений и запросов технологических заказчиков из реального сектора, среди массового производства, и затем уже продолжается генерацией идей на базе интеграторов передовых технологий и проектов [17]. Как показывает многолетняя практика венчурных компаний, сами собой заказы на технологию формируются в незначительных количествах, как правило через существующие производственные технологические связи, и такие заказы не

имеют большого значения и не могут служить основой технологического бизнеса. Необходимо создавать систему активного поиска, организовывать выявление и формирование таких заказов со стороны бизнеса [8]. Это позволит предусмотреть вход и выход из проекта инвесторов, занятых на различных этапах проектирования, а также осуществить диверсификацию рисков между участниками проекта на протяжении всего его жизненного цикла. При условии системного формирования промышленных заказов на инновации значительно снижаются коммерческие риски, так как предварительный запрос на научно-технический проект обуславливает гарантированный спрос на разрабатываемые инновации. Разумеется, это не отменяет традиционного подхода к поддержке реализации действующих инновационных проектов, однако существенно дополняет его.

Все субъекты инновационной деятельности непрерывно взаимодействуют друг с другом в рамках реализации инновационных проектов [16]. Каждый инновационный проект проходит через общепризнанные фазы его развития: фаза формирования идей, научно-исследовательских работ (НИР), опытно-конструкторских работ (ОКР) и фаза реализации продукции (коммерциализации).

Следует, однако, отметить, что процесс взаимодействия субъектов цикличен, и невозможно определить его начало и конец. Это происходит вследствие того, что на каждой фазе развития инновационного проекта в той или иной степени мо-

гут быть задействованы различные субъекты инновационной системы. Так, фаза формирования идей чаще всего реализуется в высшем учебном заведении, где формируется команда проекта из числа студентов, аспирантов либо профессорско-преподавательского состава. Однако все чаще идеи проектов зарождаются в процессе формирования заказов на инновации в целях решения реальных задач на промышленных предприятиях. Кроме того, перспективная тема для реализации в форме инновационного проекта может быть выявлена в результате выполнения информационно-аналитического обзора по приоритетным направлениям развития внутри конструкторского бюро [19].

На сегодняшний день источниками создания современной инновационной экономики должны стать экономические системы на мезоуровне. Из-за различий в социально-экономических и технологических условиях, по мнению авторов, система управления инновационным развитием не должна быть единообразной для всех субъектов РФ. Территориальная близость групп ученых, предпринимателей и власти на уровне региона делает систему управления развитием инновационного бизнеса более согласованной и упорядоченной [20]. Государственное регулирование инновационной деятельности должно быть построено с учетом региональных экономик, при этом для большей гибкости системы необходима передача части прав региональным органам власти [10]. Именно поэтому следует еще раз подчеркнуть, что модель рынка инноваций вписывается в рамки инновационной системы на мезоуровне.

На наш взгляд, в каждом конкретном случае толчком к инновационному развитию может обладать либо научный фактор (порождение инноваций от новых, зачастую фундаментальных, знаний) либо рыночный (толчок инновации дает запрос рынка, или спрос) [9]. Кроме того, на практике возможен эффект синергии, когда стремясь навстречу друг другу в поиске новой рыночной ниши, на рынке инноваций встречаются два контрагента с новыми знаниями и запросом на такие знания с высоким потенциалом коммерциализации, обоснованным потребностями рынка. Такая стратегия на сегодняшний день чаще всего реализуема при мягком вмешательстве государства с помощью институтов поддержки инновационной деятельности [11].

В структуре рынка инноваций присутствуют элементы (или составляющие представленных элементов), которые определяют возможности и соответствующие затраты на предынвестиционной стадии инновационных проектов. Указанные затраты можно разделить на 2 группы:

1) затраты, обеспечивающие непрерывность и эффективность инновационной деятельности как таковой (например, постоянная качественная подготовка кадров);

2) затраты, связанные с предынвестиционной подготовкой конкретных проектов.

Идентификация этих затрат желательна для исследования эффективности инновационной системы. Понятно, что недостаток указанных затрат приводит к потере эффекта от инновационных проектов, а избыток создает потери во внешней среде. Минимизация суммы указанных потерь является, по нашему мнению, целевой функцией управления инновациями на мезоуровне.

Рассмотрим понятие рынка инноваций, его субъектов и их функций на примере города Челябинск и Челябинской области. Крупнейшим вузом Челябинской области, интегратором передовых технологий и проектов является Южно-Уральский государственный университет, базовым направлением деятельности которого является не только образовательная, но и научная сфера. В рамках нашей классификации именно данный университет может выступать интегратором передовых технологий. Челябинская область является крупным промышленным регионом с высокой степенью развития промышленности в сравнении с другими регионами России. Уровень развития области определяют металлургический, машиностроительный, топливно-энергетический, строительный и аграрно-промышленный комплексы.

После кризиса 2008 г. промышленность региона значительно просела, и перед областным правительством остро встал вопрос о переходе региона на инновационные рельсы развития.

Для этого в области созданы и поддерживаются субъекты инновационной инфраструктуры. Открыта постоянно действующая выставка инновационных проектов, создан Южно-Уральский венчурный инновационный фонд, проводится конкурс на лучший инновационный проект с выделением грантов, созданы два инновационных технопарка, областное учреждение «Инновационный бизнес-инкубатор Челябинской области».

Внутренняя и внешняя институциональная среда представлены различными институтами и институциями развития инноваций на Южном Урале, диктует гласные и негласные правила взаимодействия между субъектами инновационной деятельности.

Так, например, закон Челябинской области о стимулировании инновационной деятельности в Челябинской области устанавливает цели и задачи органов государственной власти в сфере развития инновационной деятельности, определяет формы стимулирования инновационной деятельности, осуществляемые органами государственной власти.

При грамотном взаимодействии интегратора передовых технологий, осуществляющего научный задел для инновационной технологии или продукта, предприятий реального сектора, осуществляющих внедрение новшества либо производство товара-новинки, значительной помощи субъ-

ектов инновационной инфраструктуры региона, а также грамотном воздействии институциональной среды, в Челябинской области есть все необходимые предпосылки для перехода на инновационный путь развития и значительной доли инновационных товаров и услуг в ВВП области.

Литература

1. Горячева, И.А. Особенности рынка научно-технической продукции / И.А. Горячева // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики: материалы междунар. науч. конф. – Тольятти, 2005.
2. Кузнецова, С.А. Развитие инновационного рынка как механизма распространения наукоемкой продукции / С.А. Кузнецова, В.Д. Маркова. – Новосибирск, 2002. – 107 с.
3. Титов, В.В. Трансфер технологий // Методолог – сайт посвящен изобретательским задачам и методам их решения [веб-сайт]. – <<http://www.metodolog.ru/00384/annot.htm>>
4. Иванов, Д.С. Стимулирование инновационной деятельности российских производственных компаний: возможности и ограничения / Д.С. Иванов, М.Г. Кузык, Ю.В. Симачев // Форсайт. – 2012. – Т. 6. – № 2.
5. Плотников, Б.Д. Проблема синергии в открытых инновационных системах / Б.Д. Плотников, А.С. Соболев // Экономические науки. – 2012. – №1 (86).
6. Чесбро, Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий: пер. с англ. / Г. Чесбро. – М.: Поколение, 2007.
7. Евсеенко, А.В. Современная роль региональных органов управления в развитии инновационной экономики (экономики знаний) / А.В. Евсеенко // Госбук – экспертная сеть по вопросам государственного управления [веб-сайт]. – <<http://www.gosbook.ru/node/59309>>
8. Манчулянцев, О.А. Модель открытых инноваций – как современный инструмент связки ВУ-Зов и корпораций / О.А. Манчулянцев // Программа конференции «Технологическое предпринимательство и инновации в системе российской высшей школы» на базе МЭСИ. – <http://mesi.ru/our/events/detail/89431/>
9. Зайцева, А.С. Новые акценты в развитии инновационной деятельности: инновации, иницируемые пользователями / А.С. Зайцева, О.Р. Шувалова // Форсайт. – 2011. – Т. 5, № 2. – С. 16–32.
10. Колосницына, М.Г. Государственное регулирование инновационной сферы / М.Г. Колосницына, В.В. Киселева. – М.: ГУ-ВШЭ, 2008.
11. Симачев, Ю.В. Российская политика по стимулированию инноваций: эволюция, достижения, проблемы и уроки / Ю.В. Симачев, М.Г. Кузык // Российская экономика в 2012 г. Тенденции и перспективы. – М.: Издательство Института Гайдара. – 2013. – Вып. 34. – С. 521–571.
12. Праузе, Г. Сообщества потребителей – драйверы открытых инноваций / Г. Праузе, Т. Тернер // Форсайт. – 2014. – Т. 8, № 1. – С. 24–32.
13. Bingham A., Spradlin D. (2011) The open innovation marketplace: Creating value in the challenge-driven enterprise. Waltham, MA: InnoCentive Inc.
14. Boutellier R., Heinzen M. (2014) Growth Through Innovation: Managing the Technology-Driven Enterprise. Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer.
15. Brodner P. (2011) Innovations Require Conductive Institutions // Enabling Innovation. Innovative Capability – German and International Views / Eds. I. Isenhardt, F. Hees, S. Trantow. RWTH Aachen University P.S.J., Springer. P. 179–183.
16. Byers L., Dorf R., Nelson A. (2011) Technology Ventures: From Idea to Enterprise. New York: McGraw-Hill.
17. Ford S., Ferriani S., Probert D. (2014) Overcoming the innovation barrier: A search-selection model of breakthrough innovation in large firms // Strategies and Communications for Innovations / Eds. N. Pfeffermann, T. Minshall, L. Mortara. Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer. P. 41–63.
18. Moslein K.M. (2014) Open Innovation: Strategic Options, Actors, Tools and Tensions // Strategic and Communications for Innovations / Eds. N. Pfeffermann, T. Minshall, L. Mortara. Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer. P. 27–40.
19. Fabrizio K.R. (2009) Absorptive capacity and the search for innovation // Research Policy. Vol. 38. № 2. P. 255–267.
20. Meissner D., Zaichenko S. (2012) Regional balance of technology transfer and innovation in transitional economy: Empirical evidence from Russia // International Journal of Transitional and Innovation Systems. Vol. 2. № 1, P. 38–71.

Баев Игорь Александрович. Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и финансы», декан факультета «Экономика и управление», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), baev@econom.susu.ac.ru

Горшенина Дарья Андреевна. Аспирант очной формы обучения кафедры «Экономика и финансы», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), darya.gorshenina@gmail.com

Поступила в редакцию 9 ноября 2014 г.

NATURE, STRUCTURE AND FUNCTIONS OF THE INNOVATION MARKET

I.A. Baev, D.A. Gorshenina

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The article deals with the subject composition of innovation market, its structure and functions. Subjects of innovation activity continuously interact with each other within the framework of the implementation of innovative projects, the process of interaction of subjects is cyclical. The authors examine the concept of the primacy of supply and demand in the market innovation. Moreover, we consider the concept of external institutional environment, which is a combination of financial and non-financial institutions to facilitate the development of innovative systems. They can be private, national and international. This environment surrounds the market of innovation and it can be called integrated science and innovation space.

Keywords: innovation market, external institutional environment, subjects of innovation activity.

References

1. Goryacheva I.A. [Features of the Market of Scientific and Technical Products]. *Tatishchevskie chteniya: aktual'nye problemy nauki i praktiki: materialy mezhdunar. nauch. konf.* [Tatishchevskij Readings: Actual Problems of Science and Practice: Proceedings of the Intern. Science Conference]. Tol'yatti, 2005. (in Russ.)
2. Kuznetsova S.A., Markova V.D. *Razvitie innovatsionnogo rynka kak mekhanizma rasprostraneniya naukoemkoy produkcii* [Development of Innovative Market as a Mechanism for the Dissemination of High-Tech Products]. Novosibirsk, 2002. 107 p.
3. Titov V.V. Transfer tekhnologiy [Transfer of Technologies]. *Metodolog – sayt po-svyashchen izobretatel'skim zadacham i metodam ikh resheniya* [Expert – website dedicated to inventive problems and methods of their solution]. Available at: <<http://www.metodolog.ru/00384/annot.htm>>
4. Ivanov D.S., Kuzyk M.G., Simachev Yu.V. [Stimulation of Innovation Activity of Russian Industrial Companies: Opportunities and Constraints]. *Forsayt* [Foresight], 2012, vol. 6, no. 2. (in Russ.)
5. Plotnikov B.D., Sobolev A.S. [Problem of Synergy in Open Innovation Systems: Saint-Petersburg State University of Economics and Finance]. *Ekonomicheskie nauki* [Economic science]. 2012, no. 1 (86). (in Russ.)
6. Chesbro G. *Otkrytye innovatsii. Sozdanie pribyl'nykh tekhnologiy* [Open Innovation. Creation of Profitable Technologies]. Translated from English. Moscow, Pokolenie, 2007.
7. Evseenko A.V. *Sovremennaya rol' regional'nykh organov upravleniya v razvitiy innovatsionnoy ekonomiki (ekonomiki znaniy)* [Modern Role of Regional Authorities in the Development of Innovative Economy]. *Gosbuk – ekspertnaya set' po voprosam gosudarstvennogo upravleniya* [Gosbook – expert network on governance issues]. Available at: <<http://www.gosbook.ru/node/59309>>
8. Manchulyantsev O.A. *Model' otkrytykh innovatsiy – kak sovremennyy instrument svyazki VUZov i korporatsiy* [Open Innovation Model is Modern Tool of Binding Universities and Corporations]. *Programma konferentsii «Tekhnologicheskoe predprinimatel'stvo i innovatsii v sisteme rossiyskoy vysshey shkoly» na baze MESI* [Program of the conference “Technological entrepreneurship and innovation in the system of the Russian higher school” on the basis of MESI]. Available at: <http://mesi.ru/our/events/detail/89431/>
9. Zaytseva A.S., Shuvalova O.R. [New Emphasis in the Development of Innovation: Innovation Initiated by the User]. *Forsayt* [Foresight], 2011, vol. 5, no. 2, pp. 16–32. (in Russ.)
10. Kolosnitsyna M.G., Kiseleva V.V. *Gosudarstvennoe regulirovanie innovatsionnoy sfery* [State Regulation of Innovation Sphere]. Moscow, 2008.
11. Simachev Yu.V., Kuzyk M.G. (2013) [Russian Policy to Promote Innovation: Evolution, Achievements, Challenges and Lessons]. *Rossiyskaya ekonomika v 2012 g. Tendentsii i perspektivy* [Russian economy in 2012. Trends and outlooks]. 2013, iss. 34, pp. 521–571. (in Russ.)
12. Prauze G., Terner T. [Community of Consumers – Drivers of Open Innovation]. *Forsayt* [Foresight], 2014, vol. 8, no. 1, pp. 24–32. (in Russ.)
13. Bingham A., Spradlin D. *The open innovation marketplace: Creating value in the challenge-driven enterprise*. Waltham, MA, InnoCentive Inc., 2011.
14. Boutellier R., Heinzen M. *Growth Through Innovation: Managing the Technology-Driven Enterprise*. Heidelberg, Dordrecht, London, New York, Springer, 2014.
15. Brodner P. Innovations Require Conductive Institutions. *Enabling Innovation. Innovative Capability – German and International Views*. RWTH Aachen University P.S.J., Springer, 2011, pp. 179–183.
16. Byers L., Dorf R., Nelson A. *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*. New York, McGraw-Hill, 2011.
17. Ford S., Ferriani S., Probert D. *Overcoming the Innovation Barrier: A Search-Selection Model of Breakthrough Innovation in Large Firms. Strategies and Communications for Innovations*. Heidelberg, Dordrecht, London, New York, Springer, 2014, pp. 41–63.

18. Moslein K.M. Open Innovation: Strategic Options, Actors, Tools and Tensions. *Strategic and Communications for Innovations*. Heidelberg, Dordrecht, London, New York, Springer, 2014, pp. 27–40.

19. Fabrizio K.R. Absorptive Capacity and the Search for Innovation. *Research Policy*, 2009, vol. 38, no. 2, pp. 255–267.

20. Meissner D., Zaichenko S. Regional Balance of Technology Transfer and Innovation in Transitional Economy: Empirical Evidence from Russia. *International Journal of Transitional and Innovation Systems*, 2012, vol. 2, no. 1, pp. 38–71.

Baev Igor Aleksandrovich. DSc. (Economics), professor, head of the Economics and Finance Department, head of Faculty of Economics and Management, South Ural State University (Chelyabinsk). Email: baev@econom.susu.ac.ru

Gorshenina Darya Andreyevna. Full-time post-graduate student of Economics and Finance Department, South Ural State University (Chelyabinsk). Email: darya.gorshenina@gmail.com

Received 9 November 2014

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Баев, И.А. Сущность, структура и функции рынка инноваций / И.А. Баев, Д.А. Горшенина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2015. – Т. 9, № 1. – С. 54–61.

REFERENCE TO ARTICLE

Baev I.A., Gorshenina D.A. Nature, Structure and Functions of the Innovation Market. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2015, vol. 9, no. 1, pp. 54–61. (in Russ.)