

УДК 332.146.2

Исследование экономических механизмов и функциональных особенностей управления рынками новшеств

Канд. экон. наук, проф. **Положенцева И. В.**, km@mgtm.ru

канд. пед. наук, доц. **Паластина И. П.** km@mgtm.ru

канд. техн. наук, доц. **Филатов В. В.** filatov_vl@mail.ru

Московский государственный университет технологий
и управления им. К.Г.Разумовского,
Москва, Россия

В данной статье проведено исследование экономических механизмов и функциональных особенностей управления рынками новшеств в современных условиях экономической нестабильности. Рынок новшеств можно определить как систему экономических форм и механизмов, связанных с инновационным предпринимательством, условиями и местом реализации товаров-новшеств. Проанализировано возможное разнообразие факторов, воздействующих на цену новшества. Проанализированы экономические методы установления ожидаемой цены продукции, произведенной с использованием новшеств. Изучены особенности стоимости новшества, определена специфика его ценообразования. Исследованы возможности уменьшения асимметричности информации о качестве новшеств. Изучены существенные регулирующие функции рынка новшеств.

Ключевые слова: инновация, инновационное предпринимательство, рынки новшеств, закономерности социально-экономического развития.

Study of economic mechanisms and functional characteristics market management innovations

Ph.D. **Polozhentseva I.V.** km@mgtm.ru

Ph.D. **Palastina I.P.** km@mgtm.ru

Ph.D. **Filatov V. V.** filatov_vl@mail.ru

Moscow state
University of technologies and management
of K.G.Razumovsky, Moscow, Russia

In this article, a study of economic mechanisms and functional characteristics of market management innovations in modern economic instability. Market innovation can be defined as a system of economic forms and mechanisms related to innovative entrepreneurship, terms and place of sale of goods-innovations. The possible range of factors affecting the price of innovation. Analyzed economic methods for establishing the expected price of products produced with the use of innovations. The features of the cost of innovation, defined specificity of its pricing. The possibilities of reducing asymmetric information about the quality of innovation. Studied essential regulatory functions of the market innovations.

Keywords: innovation, innovative entrepreneurship, innovation markets, regularities of socio-economic development.

В аспекте интенсификации уровня развития национальной экономики растает значение применения результатов инновационной деятельности в широких промышленных масштабах. Здесь следует выделить две главные формы инновационного предпринимательства: разработка и экономическое осуществление новшеств (ведение инновационного предпринимательство), а также исключительно рыночное предпринимательство в отраслевых экономических системах. Сущность инновационного предпринимательства можно полно проявить в различных нововведениях, там, где формируется новая, до этого не существовавшая система факторов промышленного производства (реализация новых производственных функций). Следует заметить, что самое важнейшее для отечественных предприятий конкурентное преимущество, а именно: интеллектуальная продукция и уровень развития техники и науки (ноу-хау, патенты, информация) применяются в предпринимательской практике достаточно слабо. Оценка конкурентоспособности производимой российской продукции применительно к мировым рынкам показала, что по большинству позиций основная масса изготавливаемой продукции существенно уступает товарам-аналогам ведущих предприятий мира. В наибольшей степени это проявляется в условиях, когда преобладает массовый выход отечественных предприятий на внешние рынки. Возможности предприятия конкурировать на российском и на мировом рынках товаров сегодня резко ограничены, поскольку исчезли факторы экстенсивного экономического роста и преимущества небольших цен на энергоресурсы [18].

В экономике России сегодня мало экономических субъектов, которые осуществляют эффективную предпринимательскую деятельность, связанную с разработкой и внедрением инноваций. Ситуация здесь во многом порождена сложностями восприятия, а также практического перехода промышленности и сферы услуг к инновационной системе хозяйствования с учетом реализуемых долгое время механизмов концентрирования ресурсов и их принудительного перераспределения. Также, ограниченность большинства ресурсов побуждает промышленное производство снимать существующие ограничения на основе использования инноваций. Но побудительные мотивы часто практически подавляются при наступлении экономических кризисов и повышении уровня неопределенности экономического развития, что одновременно сопровождается снижением уровня отдачи от всех вложенных в инновационные проекты ресурсов. Отсюда общее состояние национальной экономики, промышленного производства значительно влияет на процессы развития инновационного предпринимательства в стране. Также необходимо указать, что инновационные процессы существенно отличаются от производственных процессов, особенно в аспекте [20]:

– множества путей, связанных с достижением целей и принятием высоких рисков;

– невозможности детального стратегического и оперативного планирования, а также ориентации на формируемые прогнозные оценки в отношении отраслевых экономических систем;

– необходимости преодоления значительного сопротивления применительно к сложившимся экономическим отношениям с точки зрения обеспечения согласованности интересов участников реализуемых инновационных процессов.

Указанные аспекты в инновационном предпринимательстве достаточно слабо учитываются, и этот факт резко понижает возможности инновационной культуры предприятий. Сложность возникающих проблем связана с тем, что элементарное накопление полученных научных результатов автоматически в любых возможных масштабах не сможет активировать инновационные процессы в экономике. Передача знаний в соответствии с цепочкой между определенными фазами инновационных процессов требует построения посреднической дополнительной системы. Подобная система представляет рынок новшеств, который входит важной частью в локальные товарные рынки. Рынок новшеств может быть образован в условиях значительной неопределенности, что вытекают из специфики инновационных процессов, а также в достаточно специфической среде построения взаимоотношений всех участников локальных рынков. Становление эффективного рынка новшеств необходимо рассматривать с учетом выявленных тенденций развития инновационного предпринимательства. Также в современных экономических условиях возникли независимые активные субъекты локальных рынков, которые осуществляют рациональное инновационное поведение, направленное на непрерывный поиск новшеств и диверсификацию промышленного производства, активное вовлечение в исследуемые процессы финансовых ресурсов и потенциала новых знаний [2].

Представим далее сущность локального рынка новшеств, а также специфику продаж новшеств, включая и показ особенностей экономических отношений с системы взаимодействий продавцов и покупателей. С учетом «Руководства Фраскати» (данный документ утвержден ОСЭР (Организацией экономического сотрудничества и развития) в 1993 г. в городе Фраскати), под инновацией следует понимать полученные конечные результаты инновационной деятельности, имеющие воплощение как новый или усовершенствованный продукт, внедренный на локальных рынках, как новая или усовершенствованная технология, применяемая в практике промышленного производства, как новый подход к оказанию социальных услуг. Необходимо разграничивать понятия «инновация» и «новшество» [21].

Новшество – это все оформленные результаты прикладных и фундаментальных исследований, экспериментальных работ или разработок применительно к конкретной сфере деятельности, связанной с повышением эффективности данной деятельности. Новшества оформляются как: открытия, изобретения, патенты, товарные знаки, рационализаторские предложения, документация на новые или усовершенствованные продукты, технологии, управленческие или производственные процессы,

организационные, производственные или другие структуры, понятия, ноу-хау, научные подходы или принципы, документы (стандарты, рекомендации, методики, инструкции и пр.), результаты маркетинговых исследований и пр. Главное – это эффективно внедрить новшества, запустить их в оборот, а также обеспечить превращение новшеств в требуемые формы инноваций для чего требуется завершить мероприятия инновационной деятельности и получить все ожидаемые положительные результаты. После чего требуется продолжить проведение популяризации инноваций. Для разработки новшеств важно осуществить комплекс маркетинговых исследований, НИОКР, реализовать процессы организационно-технологической подготовки производства, произвести продукцию и оформить все полученные результаты в виде патентов и лицензий [3].

Инновация – это определенные конечные результаты, связанные с внедрением новшеств для реализации целей изменения объектов управления с последующим получением социального, экономического, научно-технического, экологического, другого возможного вида эффекта. Неправомерно при изучении термина «инновация» рассматривать процессы разработки инновации, создания, внедрения и диффузии инновации. Указанные этапы следует относить к мероприятиям инновационной деятельности, рассматриваемым как процессы, чьим результатом являются новшества, а также инновации [11].

Рассматриваемые нами новшества бывают или покупными или являются результатами собственных разработок предприятий, предназначенных для последующего накопления, реализации или рационального внедрения в изготавливаемую предприятием продукцию (оказываемые услуги), иными словами это результаты превращения полученных результатов в инновации. Применительно к современному этапу технологической революции предприятия ориентируются на увеличение удельного веса новшеств, которые реализованы в инновациях. Это позволяет предприятиям повышать уровень возможного монополизма в промышленной сфере или сфере услуг и, как результат, диктовать покупательским группам и конкурентам определенную политику. В аспекте это следует выделить ряд структурных источников обеспечения экономического развития отраслевых экономических и общественных систем: 1) развитие путем реализации факторов промышленного производства; 2) развитие посредством инвестиций; 3) развитие посредством улучшения инновационных процессов.

Благосостояние страны при этом будет определяться и массой факторов промышленного производства и объемом капиталовложений, при этом важным будет достижение высокого уровня эффективности инновационной деятельности, что дает высокие конечные положительные результаты. Каждая национальная экономика для своего социального и экономического развития может одновременно использовать большинство источников развития. В данном случае эффективность и конкурентоспособность экономики будут определяться структурой рассматриваемых источников. Если для социально-экономического развития и функционирования

общества, покупки потребительских товаров применяется, как правило, валюта, полученная от экспорта различных природных ископаемых ресурсов, то сформированный экономический потенциал, важный для развития страны будет достаточно низким [17].

Сегодня, направление инновационного развития посредством инвестиций будет характеризоваться вложениями ресурсов не в рост конкурентоспособности отраслей народного хозяйства, а в простое воспроизводство исследуемых процессов. В экономике России на настоящий момент инвестиций не хватает, в результате чего невозможно осуществить даже простое воспроизводство, как результат растет доля изношенных основных производственных фондов, повышается уровень аварийности данных фондов. При этом государственная экономическая политика, которая ориентирована на получение международных кредитов, бесперспективна, поскольку кредиты требуется возвращать, с большими переплатами. Приоритет в этой ситуации следует отдавать не развитию национальной экономики посредством использования инвестиций и факторов производства, а преимущественному развитию посредством активизации инновационных мероприятий в сфере наукоемких базовых отраслей, которые являются двигателями интенсивного развития национальной экономики. Инвестиции и факторы промышленного производства здесь выступают как средства обоснованной и научной инновационной деятельности, при этом не следует рассматривать как цель [15].

Важное значение здесь приобретает рыночный механизм, который обслуживает оборот товаров-новшеств, а также выступает фактором эффективного управления взаимодействиями. Одновременно рыночный механизм применяется для осуществления воздействия на национальных производителей новшеств, а также предпринимателей [1].

Формирующийся сегодня в России рынок новшеств обладает рядом существенных особенностей. Так, например, рынок новшеств не будет нормально функционировать в случае, когда не обеспечивается признание права в отношении объектов интеллектуальной собственности, реализуемых в экономическом пространстве отраслевых экономических систем. Новшества, которые следует рассматривать в качестве объектов интеллектуальной собственности, могут быть классифицированы как товары особого рода, отчуждаемые в товарной и денежной форме. Участники оборота ресурсов при этом должны считаться и учитывать особые качества интеллектуальной собственности, а именно: надлежащую легитимизацию объектов (из-за наличия исключительных прав на товары, которые вовлекаются в процессы экономического оборота), формы передачи, объективные условия, определяющие наличие интеллектуальных продуктов в хозяйственной деятельности соответствующих субъектов рынков [9].

Поступающие в оборот объекты интеллектуальной и промышленной собственности и различные производные права в отношении данных объектов, которые были получены в соответствии с договорами, должны подчиняться правилам ведения хозяйственной деятельности: закрепляться за отдельными предприятиями, включаться в

нематериальные активы, переносить стоимость на изготавливаемую продукцию предприятий с учетом норм износа применяемых нематериальных активов. Локальные рынки новшеств также должны включать помимо продуктов, обладающих промышленной собственностью (полезные модели, права в отношении изобретений, товарные знаки ноу-хау и пр.) определенный объем информационных продуктов, не патентуемых и не защищаемых авторскими правами. Данные результаты осуществления интеллектуальной деятельности тесно связываются с объектами, имеющими статус промышленной собственности. Отсюда, возникают комплексы различных взаимосвязанных объектов ценной интеллектуальной собственности, которые представляют для предприятий большую важность, в силу нематериальной составляющей стоимости, образующей приверженность целевых покупателей [10].

Следует также отметить, что в рамках торговли новшествами в определенной степени отпадает такой характерный признак товарооборота, как неизвестный потребитель, а также связанная с данным потребителем неполная ясность в отношении характера спроса на товары. Функция формирования свободного предложения и спроса как важная составляющая процессов регулирования в данном случае не исключается для предприятий (например, в отношении информации), но она в большей степени, чем обычно, ограничена. Специфика торговли новшествами требует ее выделить в отдельную самостоятельную сферу, которую можно будет описать как относительно самостоятельный и обособленный локальный рынок.

Важнейшая характеристика указанного рынка – ценообразование. Здесь, в частности, следует определиться в отношении того, имеют ли все созданные новшества цену и стоимость, и будет ли новшество обеспечено соответствующим денежным выражением своей стоимости. Важно понимать, что новшество как объект, кроме произведенной опытной продукции, как правило, не обладает потребительной прямой стоимостью. При этом приспособленное или использованное в отношении нужд производства, а также внедренное в производство, новшество часто приводит к формированию новых видов потребительных стоимостей. Отсюда, потребительная стоимость новшества опосредована, проявляется исключительно дополнительно для предприятия. Например, интеллектуальные продукты могут перейти из области науки, где они проявились, в сферу промышленного производства, что дает им возможность получить потребительную непосредственную стоимость путем реинвестирования в произведенную новую технологию или новую продукцию, новые средства труда, прочие формы. В силу этого, в независимости от процессов преобразований, следует говорить об обладании новшеством определенной потребительной стоимости – что позволяет новшеству приобрести свойства товара [8].

Совсем по-другому обстоит дело в отношении формирования стоимости интеллектуального труда, которую следует рассматривать как второй важный атрибут товара. Здесь интеллектуальный труд обладает особым характером, он, в частности, не подводится под единую рубрику осуществления абстрактного труда, который

рассматривается как целесообразная важная деятельность человека, который расходует свою энергию. Интеллектуальный труд в данном случае не сводится к простым человеческим действиям, содержит в своем составе специфику творческой деятельности и интеллект. Кроме этого, время осуществления интеллектуального труда для предприятия не является мерой труда человека, а также мерой всех полученных результатов. Иными словами, нет возможности говорить одновременно о цене интеллектуального труда с позиций вычленения стоимости труда, о вещественном в нем. Это означает отсутствие стоимости с классических позиций, а также необходимость признания интеллектуального труда как особенной стоимости. Специфику стоимости определяет ряд факторов, образующих ее. Стоимость здесь представляет специфическое проявление эффектов, которые интеллектуальный труд ранее создал для национальной экономики и общества. Цена и стоимость новшества в данном случае не связаны в прямую с трудом, который вложен в производство, а также со временем, когда труд был затрачен. Исследуемая нами стоимость фиксируется исключительно теми эффектами, которые новшество создает в промышленном производстве с учетом того, что данные эффекты дают интегрированный представляет капитализированный эффект. Все указанное в отношении к стоимости также относится к цене рассматриваемых новшеств. Её суть определяется путем выражения в деньгах полученной стоимости эффекта, который был создан на основе использования новшеств. Специфика стоимости новшеств определяет и специфику цены новшеств, способа образования цены. Здесь необходимо указать на следующие требования к цене [13]:

- эффекты от применения новшеств должны выражаться в накоплении определенной дополнительной прибыли, которая создается при применении новшеств в промышленном производстве;

- срок применения новшества, который определяет массу эффектов, как правило, обуславливается величиной морального износа новшеств;

- сокращение со временем величины эффектов от применения новшеств;

- эффекты от новшеств не могут быть полностью присвоены предприятием, поскольку данный факт делает для предприятия бессмысленным покупку, а также применения новшества на производстве. Практика мирового инновационного предпринимательства дает разные соотношения при дележе эффектов между покупателем и продавцом новшеств. Покупателями обычно присваивается до 0,6 возможной части эффекта (прибыли) от применения интеллектуальных продуктов. Указанное соотношение определяется интеллектуальным уровнем продуктов и характером участия покупателей в производстве (создании) продуктов;

- результаты использования интеллектуальных продуктов не следует отчуждать от предприятия, а при применении данные результаты не уничтожаются и могут быть проданы разным покупателям, в случае, если нет соответствующих ограничений от первого покупателя. Повторные продажи, при этом, имеют отношение к возможной

оценке новшеств. Чем чаще повторяются продажи, тем значительней получаемые совокупные экономические результаты от использования новшеств на производстве.

Природа возможных ошибок при оценке стоимости новшеств одина и связана с неопределенностью представлений в отношении:

– характера интеллектуального труда, чья главная особенность состоит в том в возможности создания прибавочного продукта, который многократно превышает затраты, связанные с получением эффектов;

– продукта интеллектуального труда, в отношении которого в рамках определенных условий может быть осуществлено приравнение товарной продукции к возможностям непосредственного использования новшеств на производстве при реализации целей удовлетворения конкретных общественных потребностей в получении прибыли.

В случае, когда новшество применяется непосредственно для производства, то цена новшества исходит из ожидаемых возможных экономических эффектов именно ведения производственной деятельности (здесь следует зафиксировать цену фактора промышленного производства). Применительно ко всем остальным случаям в условиях рыночных отношений цена новшества всегда условна. Новшества, прежде всего, должны удовлетворять непосредственно производственным потребностям и при этом не быть прямо не связанными с удовлетворением социальных, индивидуальных, а также творческих потребностей общества. С учетом многочисленных исследований, новшества длительное время «стареют на полках», ожидая активного спроса, в результате чего они теряют потребительскую стоимость. В этой ситуации практика по активному проталкиванию новшеств не принесет успеха, поскольку спрос на новшества не сформирован техническими, экономическими, организационными требованиями целевых рынков. Иными словами, следует понимать исключительную важность для локальных рынков новшеств системы взаимодействий между предприятием – продавцов новшеств и различными покупателями. Особенности современных рынков новшеств является то, что они поддаются «субъектному» программированию, когда осуществляется точная адресация новшеств и эффективно применяются маркетинговые методы управления разработкой, а также реализацией востребованных рынков новшеств.

Описывая отношения между продавцами и покупателями, которые действуют на локальных рынках новшеств, следует предположить, что данные участники рынков обладают полной информацией об экономических и технических показателях (характеристиках) новшеств. Но в практической деятельности инновационная организация, которая продает новшества, знает о покупателе намного больше, нежели чем отдельный предприниматель, отсюда возникают проблемы рыночной асимметричной информации. Указанные проблемы тесно связаны и с неопределенностью качественных характеристик новшеств, а также с корпоративным характером всех отношений между продавцами и покупателями [16].

В рыночных условиях покупатели новшеств не могут их проверить до тех пор, пока они не совершили сделки. Как результат, покупатели всегда будут иметь подозрения в отношении качества новшеств, будут стараться понизить цену на них, пытаясь застраховать свои риски [6]. Отсюда, спецификой рынка новшеств следует считать его определенную информационную асимметричность и это оказывает значительное влияние на экономическое поведение участников рынка. В этих условиях, инновационные организации, сталкиваясь с достаточно осторожным поведением покупателей в силу асимметричности рыночной информации, связанно с качеством новшеств, будут попытаться понизить порог недоверия, применяя вместо существенных кардинальных новшеств комбинации (набор) известных и наиболее популярных технических решений. Данный отказ от существенных изменений в технологии и технике понизит и порог недоверия, и приведет к снижению уровня эффективности инноваций.

Изучение уровня техники, которая предлагается на локальных рынках новшеств, позволяет отобразить значительную зависимость техники от наличных объектов новой поэлементной базы, а также новых материалов, доступных предприятиям. Сюда, например, можно отнести потенциально высокий уровень и новые рыночные возможности деятельности авиационных конструкторов, которые значительным образом зависят от качества новых разработанных химиками композиционных материалов. В силу этого отказ от реализации кардинальных новшеств, достаточно малый спрос в отношении данных новшеств могут сложиться как результат отсутствия качественного соответствующего уровня технологий и техники в других предпринимательских секторах.

На базе нововведений часто применяют современные технологии и методы организации промышленного производства, обеспечивающие повышение качества продукции, успех, а также эффективный уровень деятельности предприятий. Остановимся далее на новых возможностях, связанных с уменьшением асимметричности информации в отношении качества внедряемых новшеств [19]:

– посредством повышения уровня инновационной репутации продавцов. Предприниматели будут больше доверять характеристикам новшеств тогда, когда продавцы новшеств им известны или имеют в промышленности хорошую репутацию, включая и репутацию на локальных рынках товаров;

– посредством обеспечения адресности новшеств, а также информирования будущего покупателей (предпринимателей) при реализации процессов создания новшеств.

Здесь следует указать на то, что максимально возможный уровень доверия покупателей к информации, связанной с качеством новшества возникает после осуществления стадии, связанной с созданием опытной (демонстрационной) мощности, когда тестируются технические решения и подтверждаются возможные удельные технико-экономические показатели, фиксируемые и экстраполируемые в бизнесе. В

определенной степени желательно снять возможную асимметричность информации, связанной с ноу-хау, и продемонстрировать результаты внедрения новшеств в условиях промышленного опытного производства. Здесь в наибольшей степени важна информация, которая получается при испытании опытных партий продукции с высоким уровнем добавленной стоимости. Следует также говорить о пассивном или активном отношении к потокам рыночной информации, как со стороны инновационных организаций, так и инновационных предпринимателей. Адресность и активность в указанном вопросе позволяют сократить временные отрезки от появления новшеств, вплоть до их коммерческой реализации по конкретным заказам [7].

На локальных рынках часто изучают технико-экономические категории, чье функцией выступает простое продвижение продукции до целевых потребителей. Подобная пассивная роль, как правило, не является характерной для рынка новшеств, так как данный рынок имеет значительные регулирующие функции, которые:

- являются средоточием для осуществления научной и технической политики;
- оказывают значительные экономические воздействия в отношении производителей новшеств (посредством системы цен, процентов, льгот);
- подсказывают предпринимателю необходимость осуществления развития отдельных производителей новшества, а также позволяют ему изменять пропорций в отношении масштабов промышленного производства различных новшеств;
- формируют показатели (требования) в отношении новшеств с позиций бизнес-среды;
- регулируют производство новшеств посредством активного спроса на различные инвестиционные товары, необходимые для предпринимательских инновационных проектов.

Здесь важным становится знание основных положений теории издержек промышленного производства, поскольку данные положения позволяют построить связь новшества с моделями конкурентного рынка, в рамках которых спрос в отношении отдельных факторов производства эластичен, а покупатели указанного фактора делают умозаключения о том, что приобретение фактора никак не сможет повлиять на цену новшества. Для локальных рынков факторов промышленного производства рассматриваемая нами экономическая рента – это, прежде всего, разница между минимальной платой в отношении факторов производства и расходами на их приобретение. С позиций рынка новшеств как важной части рынка взаимосвязанных факторов промышленного производства это приводит к пониманию того факта, что уровень стоимости и цены новшества на локальных рынках формируются с учетом результирующей экономической составляющей взаимодействия факторов производства. Поэтому здесь нет необходимости делать особый акцент на установление величин совокупного предложения и спроса [14].

Поэтому анализ различных конкурентных ситуаций, которые возникают на локальных рынках новшеств, показывают, что в случае реализации крупномасштабного

нового продукта или ноу-хау, лучше всего иметь дело с частично ограниченной монополией на рынке. Тогда, когда предлагаемые новшества представляют собой новые продукты, выпускаемые в незначительных масштабах применительно к опытному заводу в составе инновационной организации, участники рынка имеют дело с чистой монополией. Указанные две ситуации на рынке в наибольшей степени характерны применительно к первому этапу формирования локальных рынков новшеств. Далее процессы приватизации инновационного сектора, диверсификация промышленного производства будут создавать возможности для проявления системы олигополистических отношений между участниками рынков, а затем уже возникновению конкурентных отношений на рынках новшеств [12].

С учетом существующих факторов обеспечения экономического роста, предпринимателям представляются возможности по выбору наиболее рациональных экономических целевых установок для ведения инновационного бизнеса: различные технологические нововведения, которые инициируют замену старой техники, увеличение объемов промышленного производства и обеспечение экономии ресурсов; внедрение продуктовых нововведений, предполагающих реконструкцию действующих и создание новых мощностей; обоснованное освоение, а также формирование новых ниш на целевом рынке. Отечественная практика и оценка международного опыта помогают понять следующую последовательность этапов при выработке эффективной стратегии ведения инновационного бизнеса [5,11,15]:

1. Экономический и сущностный анализ новшеств (групп новшеств), а также выработка экономических установок для осуществления инновационного предпринимательства в отрасли.

2. Фиксация необходимых объемов вкладываемых ресурсов, определение уровня проектной цены для новшества.

3. Исследование уровня финансовой и экономической эффективности вкладываемых ресурсов.

Применительно к стадии, связанной с выбором стратегических решений по организации инновационной деятельности, в ситуации, когда следует проводить оценку будущих возможных результатов применения новшеств, исследователь часто сталкивается с высоким уровнем неопределенности ситуаций при значительном отсутствии требуемых данных, достаточных и необходимых для осуществления технико-экономических расчетов. Используемые сегодня методики и методы оценки уровня экономической эффективности реализуемых мероприятий научного и технического прогресса реализуются в условиях определенных экономических ситуаций. Также важно указать, что существующий опыт экономическому обоснованию предпринимательских инновационных проектов распространяется исключительно на объекты, обладающие достоверной структурой технико-экономических показателей. Для большинства случаев в рамках разработки инновационной стратегии предприятия имеют дело с определенными ожидаемыми показателями, прогнозными расчетами, которые

учитывают специфику конкретных инновационных областей. Фиксация ожидаемых показателей потребует в данном случае применения специальных подходов, чей уровень рациональности определяет дальнейшие возможности по использованию показателей для повышения качества экономического обоснования, например, в области создания и применения новшеств с учетом имеющихся методических рекомендаций по перспективному развитию предприятия.

При неопределенности технических и экономических ситуаций, в случае отсутствия ясности в отношении того, какие конкретные технические характеристики подтверждаются в рамках использования новшеств, кроме этого, в случае нестабильности цен на требуемые ресурсы и в случае наличия возможностей непрогнозируемых колебаний в отношении спроса на продукцию, изготавливаемую на основе применения новшеств, понять все условия и факторы нововведения - невозможно. Владельцы инвестиционных ресурсов на западе, например, в данном случае будут ограничиваться составлением прогнозов потребностей целевых рынков и оценкой вероятности возврата вложенных ресурсов (срока окупаемости). Применяя данный опыт, рассмотрим самый рациональный подход, реализуемый в рамках проведения экономического анализа нововведений. Данный анализ проводится по двум параметрам: цене инновационной продукции, а также объему капиталовложений (инвестиций), требуемых для практической реализации новшеств. Суть указанного метода связана с использованием приемов комплексных маркетинговых исследований, например, посредством реализации принципов конкуренции между экономическими субъектами.

Прогнозируемая цена продукции, которая произведена на основе новшеств, будет определяться с использованием следующих методов:

- метод прямого укрупненного расчета себестоимости изготавливаемой продукции в аспекте учета уровня прогнозируемой рентабельности, а также налога, взимаемого с добавленной стоимости;

- метод рыночной оценки, предполагающий анализ запросов целевых потребителей в отношении уровня цен, обусловленного потребительскими свойствами, а также качеством изготавливаемой продукции;

- метод качественного сопоставления новой продукции и продукции-аналогом с последующим установлением условных цен на данную новую продукцию, услуги;

- экспериментальный метод, когда следует зафиксировать цену продукции, которая вырабатывается в опытных фиксированных условиях на определенных демонстрационных производственных мощностях ряда экспериментальных заводов, далее осуществляется перерасчет цены применительно к конкретному массовому промышленному производству;

- метод аналогов, когда руководствуются уровнем цены на продукцию зарубежных аналогов.

Устанавливаемые с учетом данных методов цены на продукты сопоставляются и сравниваются между собой. Анализируя результаты проведенных расчетов,

предприниматели выбирают самую вероятную величину цены на продукт. В случае отсутствия требуемой информации цены определяются не с учетом всех пяти методов, а исключительно по тем методам, которые позволяют выполнить все необходимые расчеты.

Цены на новые продукты, произведенные с применением новшеств, рассчитанные для конкретного периода времени, не следует считать фиксированными ценами. Как результат, данные цены подлежат дальнейшей корректировке с учетом возможных уточнений исходных данных в результате прохождения этапов инновационной деятельности, а также с учетом изменений внешних к промышленному производству социальных и экономических условий. Следует также отметить, что расчет общей суммы вкладываемых ресурсов следует проводить на основе суммирования затрат по видам требуемых работ, таких, например, как: монтажные работы, строительные работы, закупка машин и оборудования, прочие возможные затраты.

При проведении расчетов возможных капитальных затрат, связанных с нововведением, важно также учитывать все понесенные затраты, связанные с приобретением прав собственности в отношении новшеств, которые защищены ноу-хау и патентами. В данном случае цены лицензий составляют до 40% возможного объема затрат, связанных с нововведением. Указанные данные отражают существенную долю в суммарных инвестициях, которые приходятся на различные лицензионные права, связанные с объектами нововведений. Также непосредственно использовать при прогнозных расчетах все существующие соотношения -достаточно некорректно. При определении инвестиций следует руководствоваться непосредственно ценами лицензий, установленными в отношении конкретных правовых объектов.

Отсюда, эффективность понесенных инвестиционных расходов определяется как отношение всех возможных затрат к прогнозируемым результатам. Только в этом случае можно получить полное отражение состава и структуры всех затрат, которые обусловили экономические результаты использований нововведений. На практике передача нематериальных ценных активов не должна рассматриваться как инвестиции и должна исключаться из экономических определений. Фактически, результаты инновационного новшества (процесса) не должны подвергаться оценке, а просто должны передаваться в систему управления предприятием как важный существующий актив для повышения эффективности и результативности инвестиционных процессов.

Все это определяет важность при использовании нововведений регулирования срока окупаемости вкладываемых ресурсов, который определяется как соотношение сумм инвестиций и ежегодных денежных доходов от нововведений. Также в рамках проведения экономического анализа различных инновационных проектов важно сделать допущения, связанные с учетом особенностей современных инновационных процессов в промышленности. Первое допущение связано с тем, что конечные продукты в рамках каждого нововведения должны иметь признание на локальных рынках и обладать требуемым уровнем спроса, поскольку удельные стоимости главных характеристик

продуктов всегда ожидаются несколько ниже уровней порогового (предельного) значения. Также следует указать, что второе допущение связано с необходимостью достаточно точного определения временных параметров при реализации анализируемых инновационных проектов. Третье допущение связано с тем, что все прогнозируемые затраты, связанные с созданием новшеств и реализацией нововведений по критерию оптимизации всех дисконтированных величин должны определяться с высокой степенью достоверности, а также получать подтверждение в будущих периодах.

В данной ситуации проблему комплексной оценки инноваций следует разделить на две отдельные задачи: проведение оценки последствий осуществления определенных направлений перспективного развития, а также и измерение всех возможных издержек реализации данных направлений. Выбор направлений здесь осуществляется на основе сравнения альтернативных инновационных проектов в соответствии с двумя главными направлениям: экономические измерения и социальные оценки. Поиск и реализация «непосредственных социальных» оценок появился в условиях меняющейся рыночной экономики как реакция предприятий на традиционную ограниченность осуществления денежных мер, неспособность данных мер отражать формы рационального проявления социальных и экономических последствий осуществления нововведений. Указанный поиск и осуществленные оценки привели к появлению теории предельной общественной полезности, которая позволяет отразить характеристики действий предприятий по обеспечению соответствия структуры изготавливаемой продукции структуре целевых потребностей населения и общества в целом. Система согласованных социальных оценок в этой ситуации должна быть представлена как равнозначный вектор, который отражает все возможные показатели уровня и качества жизни, а также уровня благосостояния. Система показателей должна быть в данном случае спроектирована как сбалансированная иерархическая структура. При этом различия в сфере толкования понятия качества и понятия уровня жизни для регионов, городов, граждан часто будут приводить к различным наборам и достигнутому уровню различных социальных индикаторов (улучшение экологии, новые места для работы, расширение локальных рынков товаров). В практической деятельности трудно будет получить количественное, а также качественное многомерное отображение всех возможных социальных эффектов. В подобных условиях обществу и государству следует решать, способны ли они поступиться требуемыми темпами в области повышения уровня и качества жизни, ростом уровня потребления для сохранения баланса между производством и потреблением, между экономическими и социальными параметрами развития национальной экономики.

Данный тезис следует проиллюстрировать на примере такой острой проблемы, как *экологической проблемы*. В рамках оценки экологического риска, который связан с нововведениями, важно учитывать возможный ущерб от осуществления инновационной деятельности, и затраты, связанные с предотвращением данного риска, поскольку указанные затраты могут быть значительны, что приведет к сокращению экономических

результатов и эффектов от разработки и внедрения инноваций. В рамках подготовки предпринимательских проектов применительно к сфере промышленного производства следует оценить, прежде всего, возможные ущербы, которые причиняются загрязнениями водного и воздушного бассейна при использовании инноваций. Указанные расчеты должны базироваться на стоимостных удельных оценках всего комплекса или отдельных последствий выбросов с учетом относительных показателей опасности возможных загрязнений в регионах. Посредством указанных методик следует измерить и возможные экономические выгоды, в случае если нововведения позволяют улучшить экологию. Все произведенные обоснования уровня эффективности конкретных инновационных проектов должны включать социальные оценки данных проектов, на основе чего уже и можно будет вносить уточнения в проекты, а также в тактику, определяющую возможности достижения согласованности действий региональной общественности и органов государственной власти при применении нововведений. Возникает актуальная проблема, связанная с включением социального менеджмента в систему управления региональной экономикой как важного средства, обеспечивающего достижение данного согласия с нововведениями в практическую деятельность современных инновационных предпринимателей. Социальный менеджмент с этих позиций ориентировать на убеждение всех участников перспективного развития, что нововведения реально приносят, кроме прибыли хозяйствующим субъектам, социальный и экономический выигрыш предприятиям, регионам и, непосредственно, проживающим гражданам.

Современное инновационное предпринимательство применительно к сфере промышленного производства в случае изоляции реализуемых мероприятий и отсутствия у данных действия критерия социальной ориентированности предприятия – бесперспективно. Действующая сегодня в бизнесе модель определения приоритета технических и финансовых проблем как более важных, нежели чем социальные проблемы, по сути, приводит предприятия в регионе и городе к длительно и ресурсоемкой социальной изоляции. При этом оздоровление и улучшение социальной среды применительно к бизнесу требует и перестройки инновационного мышления, и существенных затрат на удовлетворение социальных нужд. Как результат, это приводит к снижению уровня прибыльности инвестиций, и данный факт должен учитываться в рамках проработки и гарантирования требуемого уровня эффективности инновационных проектов предприятий.

Таким образом, современное инновационное предпринимательство, а также осуществление инвестиционной деятельности являются базисом для экономического роста, они формируются в достаточно тесной и сбалансированной связи с товарными рынками. Также инновационные механизмы достаточно тесно связываются с механизмами, формирующими факторы промышленного производства. Все нововведения реализуются в специфических сферах взаимоотношений участников локальных рынков, что одновременно требует признание прав на все созданные

результаты интеллектуальной деятельности, которые затем используются в хозяйственном обороте. Сегодня важными объектами нововведений являются сами новшества, создаваемые предприятиями. Сложность выявленной проблемы связана с тем, что обеспечение простого накопления интеллектуальных продуктов автоматически в любых возможных масштабах не приведет к преобразованию в различных нововведения. Передача знаний в рамках фаз инновационного процесса потребует посреднической, дополнительной системы. Подобная система, по сути, представляет локальный рынок новшеств, которые имеет свои механизмы и особенности. Важная особенность данного локального рынка – возможность осуществления «субъектного программирования», а также точной адресации новшеств, включая и рациональное применение маркетинговых методов и методик управления.

Следует также отметить, что регулирование уровня спроса и предложения на локальном рынке новшеств – это достаточно трудно-прогнозируемый процесс в силу динамичности, сложности, неожиданности разработки и реализации мероприятий инновационной деятельности. При этом в условиях растущей конкуренции между производителями продукции на товарных рынках росту темпы сменяемости поколений технологии и техники, обновления ассортимента продукции. Темпы всех реализуемых преобразований промышленного производства, его своевременной адаптации к меняющимся условиям и возможностям потребления, при этом, существенно зависят от реализуемой практики по внедрению нововведений, от доминирующей предпринимательской позиции в отношении организации инновационного бизнеса. Цена и стоимость новшества часто формируется под воздействием экономической результирующей, которая определяет рациональность взаимодействий факторов конкретного промышленного производства, что снижает важность учета исключительно потенциальных величин совокупного предложения и спроса.

Реализуемая стратегий инноваций в данной ситуации будет исходить из текущей рыночной конъюнктуры, оценки возможных социальных последствий и системы экономических целевых установок инновационного предпринимательства. Важное значение также приобретут учет проблемных областей предпринимательства, характеристик конкурентоспособности продукции (услуг), состояния технико-технологического уровня промышленного производства и потенциал развития инновационного сектора в целом. Уровень экономической эффективности нововведений будет достигнут тогда, когда будут определены технические и экономические характеристики всех возможных инновации, произведено взвешивание рисков и установлено, что все получается результаты позволят и компенсировать риски, и получить ожидаемый уровень прибыли в условиях меняющейся конъюнктуры локальных рынков товаров и услуг.

Список литературы

1. Аветисян М.В., Паластина И.П., Титкова А.В. Женжебир В.Н., Филатов В.В. Анализ современных методов и подходов к управлению рыночной стоимостью и оценки бизнеса. Научно-теоретический журнал «Современный гуманитаризм» – Выпуск №1(05), Издательство «Перо», 2011 –с.15-11
2. Ашалян Л.Н., Аветисян М.В., Положенцева И.В., Женжебир В.Н., Филатов В.В. Ситуационный анализ рынка, необходимый для эффективного управления рыночной стоимостью бизнеса. Научно-теоретический журнал «Проблемы экономики» – Выпуск №6(40), Издательство «Спутник+», 2010 –с.22-29
3. Бачурин А.П., Филатов В.В., Пшава Т.С., Паластина И.П., Титкова А.В., Положенцева И.В. Управление товарными знаками и ценовой политикой на российском рынке лицензионной продукции. Научно-теоретический журнал «Аспирант и соискатель», – Выпуск №2(56), Издательство «Спутник+», 2010 –с.8-13
4. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Паластина И.П., Бачурин А.П. Формирование менеджмента организации на основе управления стоимостью. Научно-теоретический журнал «Проблемы экономики», – Выпуск №1(35), Издательство «Спутник+», 2010 –с.57-59
5. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Положенцева И.В., Бачурин А.П. Анализ специфики менеджмента нестандартных ситуаций в консультационном бизнесе. Научно-теоретический журнал «Вопросы гуманитарных наук», – Выпуск №1(45), Издательство «Спутник+», 2010 –с.58-60
6. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Положенцев В.И., Паластина И.П., Бачурин А.П. Анализ проблем управления рисками при оценке нематериальных активов предприятия. Научно-теоретический журнал «Вопросы экономических наук», – Выпуск №2(41), Издательство «Спутник+», 2010 –с.70-72
7. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Женжебир В.Н., Паластина И.П., Тарасов А.А. Анализ проблем, возникающих при формализации бизнес-процессов и автоматизации менеджмента организации. Научно-теоретический журнал «Современные гуманитарные исследования», Выпуск №3(34), Издательство «Спутник+», 2010 –с.33-35.
8. Дорофеев А.Ю., Положенцева И.В., Филатов В.В. Переход от стоимости к ценности и от ценности к фундаментальной стоимости. Научно-теоретический журнал «Вопросы экономических наук», – Выпуск №2(47), Издательство «Спутник+», 2011 –с.7-11,
9. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Богданова И.С. Управление стоимостью и оценка активов предприятия. ч.1. Основные понятия и подходы к оценке бизнеса, оценка материальных активов предприятия. Учебно-практическое пособие с тестовыми заданиями в 2ух частях, с грифом УМО. Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2012 г. - 472 с.
10. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Богданова И.С. Управление стоимостью и оценка активов предприятия. ч.2. Организационное обеспечение, оценка финансово-хозяйственной деятельности и нематериальных активов предприятия. Учебно-

практическое пособие с тестовыми заданиями в 2ух частях, с грифом УМО. Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2012 г. - 350 с.

11. Паластина И.П., Филатов В.В. Стратегическое управление предприятием на основе инновационных проектов. // Материалы I Международная научно-практическая конференция «Приоритетные научные направления: От теории к практике», Новосибирск, 2012 с.180-184

12. Положенцева И.В., Филатов В.В. Государственное регулирование инвестиционной политики и региональные аспекты управления инвестиционной деятельностью хозяйствующих субъектов РФ.// Мат.-лы Международной научно-практической конференции «Инновационная политика хозяйствующего субъекта: цели, проблемы, пути совершенствования», секция: «Концептуальные особенности современного менеджмента», М.:МВЦ «Крокус- Экспо», РУДН, 2011, с. 579-589

13. Положенцева И.В., Филатов В.В. Формирование венчурной концепции среди предпринимателей в малом и среднем бизнесе. // Материалы XII Международная научно-практическая конференция «Интеллектуальный потенциал XXI века: Ступени познания», Новосибирск, с.175-179, 2012

14. Положенцева И.В., Филатов В.В. Инновационные циклы малых венчурных предприятий и теория длинных Кондратьевских волн в современных условиях экономической нестабильности. // Теоретический и научно- методический журнал «Вестник Университета», № 15, 2012, с.163-171

15. Положенцева И.В., Филатов В.В. Государственные инвестиционные стратегии, ориентированные на создание технопарков в современных условиях экономической нестабильности. // Теоретический и научно- методический журнал «Вестник Университета» № 16, 2012, с.117-122

16. Филатов В.В. Паластина И.П. Дадугин М.В. Нурмагомедова Н.В. Сафронов Б.И. Анализ систем управления стоимостью бизнеса на основе современных информационных технологий. Научно-теоретический журнал «Вопросы гуманитарных наук» – Выпуск №2(52), Издательство «Спутник+», 2011 –с.21-26

17. Филатов В.В., Миргородская М.Г., Паластина И.П., Тарасов А.А. Социально-экономические аспекты прогнозирования и стратегического планирования инновационной деятельности современных организаций. // Теоретический и научно-методический журнал «Вестник Университета», № 15, с.179-186

18. Филатов В.В., Аветисян М.В., Гайдаренко Л.В., Деева В.А., Князев В.В., Кобулов Б.А., Кобиашвили Н.А., Мухина Т.Н., Паластина И.П., Руденко О.Е., Хомутишникова Т.В Менеджмент. Учебное пособие с тестовыми заданиями, с грифом УМО. Издательство: Москва, Юриспруденция, 2008. –327с.

19. Филатов В.В., Хомутишникова Т.В, Деева В.А., Князев В.В., Бачурин А.П., Долгова В.Н., Медведева Т.Ю., Паластина И.П. Управление качеством. Учебное пособие с тестовыми заданиями, с грифом УМО. Издательство: Москва, Издательство ЦНТБ пищевой промышленности, 2009. – 287с.

20. Филатов В.В., Долгова В.Н., Деева В.А., Князев В.В., Бачурин А.П., Медведева Т.Ю., Паластина И.П., Положенцева И.В., Женжебир В.Н. Государственное и муниципальное управление. Учебное пособие с тестовыми заданиями, с грифом УМО. Издательство: Москва, Издательство ЦНТБ пищевой промышленности, 2010. – 326с.

21. Филатов В.В., Кобулов Б.А., Колосова Г.М., Ашалян Л.Н., Дадугин М.В., Деева В.А., Денисова Н.А., Кобулова А.Б., Кобиашвили Н.А., Паластина И.П., Положенцева И.В., Сафронов Б.И.// Инновационный менеджмент – Учебное пособие с тестовыми заданиями, с грифом УМО, Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2011 г. - 479 с.