

УДК 332.146.2: 001.895

## Исследование экономических факторов, формирующих рынок инноваций

к.э.н., доцент **Ашальян Л. Н.** kmf@mgutm.ru

«Московского государственного университета технологий и управления» (МГУТУ)  
109004, Москва, ул. Земляной вал, 73

к.т.н., доцент **Колосова Г. М.** kmf@mgutm.ru

«Московского государственного университета технологий и управления» (МГУТУ)  
109004, Москва, ул. Земляной вал, 73

к.т.н., доц. **Филатов В.В.** filatov\_vl@mail.ru

«Московского государственного университета технологий и управления» (МГУТУ)  
109004, Москва, ул. Земляной вал, 73

*В данной статье исследованы экономические факторы, формирующие рынок инноваций на современном этапе. В условиях ускоряющегося научно-технического прогресса становится необходимым своевременное обновление производственной технологии и номенклатуры выпускаемой продукции. Это связано с быстро меняющимся спросом на товары и услуги, появлением новых требований к их качеству. В связи с этим важную роль в деятельности предприятия играет маркетинг, одним из элементов которого является разработка и внедрение инновационной стратегии. Поддержка инновационного предпринимательства является одним из приоритетных направлений государственной научно-технической и экономической политики во всех странах с развитой рыночной экономикой, а рынок инноваций является одним из важных факторов развития и усовершенствования рынка потребностей в нашей стране.*

*Ключевые слова:* инновация, инновационный процесс, инновационная деятельность, инновационные предприятия, рынок инноваций.

---

### A study on the economic factors, which form the market of innovations

associate professor **Ashaljan L.N.** kmf@mgutm.ru

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

associate professor **Kolosova G. M.** kmf@mgutm.ru

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

associate professor **Filatov V. V.** filatov\_vl@mail.ru

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

*In this article explores the economic factors that form the market of innovations at the present stage. In the conditions of accelerating scientific and technical progress becomes necessary timely updating of production technology and product mix. It is connected with the rapidly changing demand for goods and services, the emergence of new requirements to their quality. In this regard, the important role in the activities of the company plays marketing, one element of which is the development and implementation of the innovation strategy. Support of innovation entrepreneurship is one of the priority directions of the state scientific and technical and economic policy in all countries with developed market economies and market innovations is one of the important factors of development and improvement of market needs in our country.*

**Keywords:** innovation, innovation, innovation, innovation enterprises, market innovation.

Мировые тенденции применительно к сфере развития технологий, с одной стороны, кажутся достаточно далекими от современной российской действительности, не оказывающими значительного влияния на действия отечественных товаропроизводителей. В тоже время стремление России быть полноценным участником торговой системы мира определяется важность приведения производимых товаров и услуг в соответствие с требованиями мировых потребителей [11].

Особенностью современных этапов ведения и совершенствования инновационной деятельности следует считать создание в крупнейших компаниях единых научных и технических комплексов, которые объединяют в единый интегрированный процесс производство и исследование. Создание целостных и взаимосвязанных научных, производственных и сбытовых систем сегодня объективно закономерно, а также обусловлено НТП и потребностями рыночной (потребительской) ориентации компании.

Реструктуризация национальной экономики России, которая ориентирована на применение интеллектуальных ресурсов, а также создание высокотехнологичных промышленных производств для обеспечения ухода народного хозяйства от энерго- и материалоемких производств, предполагает формирование условий, важных для непрерывного и последовательного обновления продукции и технологий, роста уровня образованности населения, совершенствования методов управления на основе инноваций (нововведений), которые базируются на современных научных знаниях. Конечным результатом выступает рост уровня конкурентоспособности предприятия, продукции, в целом национальной экономики. По сути смысл проводимых экономических реформ связан с формированием условий, необходимых для повышения уровня восприимчивости национальной экономики к различным инновациям, улучшения инновационного предпринимательства, планомерного обеспечения устойчивого экономического роста посредством применения достижений техники и науки. Это определяет важность активизации и повышения эффективности ведения инновационной деятельности предприятий [13].

Осуществление инновационных процессов следует рассматривать как важнейшую составляющую программы, которая обеспечивает гибкое реагирование предприятий в отношении изменения и трансформации рыночных потребностей. При этом основой для повышения эффективности управления инновациями на современных предприятиях

России является стратегическое планирование ресурсного обеспечения инновационных процессов и это позволяет спрогнозировать успешность выполнения мероприятий инновационной программы, а также устойчивое экономическое и финансовое положение предприятий [8].

Управление и организация деятельности современных предприятий в условиях мировой глобализации, возрождение предприятий на новом качественном уровне, который основан на применении в промышленном производстве огромного информационного и инновационного потенциалов - это сложный процесс, который включает выбор и осуществление фиксированного набора рациональных управленческих воздействий для реализации целей по решению стратегических задач обеспечения устойчивого социально-экономического и финансового развития предприятий. Актуальным также является комплекс задач, связанных с разработкой для современных промышленных предприятий инструментария реализации эффективных проектов инновационной деятельности, созданием механизмов результативного осуществления стратегии нововведений, формированием инфраструктуры по поддержке научных и технических работ предприятие, рациональным использованием инновационного потенциала предприятий [12].

Для активизации мероприятий инновационной деятельности сегодня разрабатывается и реализуется инновационная политика, которая представляет собой совокупность мероприятий и принципов, обеспечивающих формирование благоприятного инновационного и инвестиционного климата в России. Инновационную политику при этом следует рассматривать как важную составную часть социальной и экономической политики государства. Она должна быть ориентирована на объединение общими целями и задачами науки, техники, производства, потребления, финансовой системы, образования. Также инновационная политика должна быть ориентирована и связана с рациональным применением интеллектуальных ресурсов, развитием высокотехнологичных промышленных производств и реализацией стратегических приоритетов национальной экономики на базе ведения форсайтных исследований [1].

Сегодня в экономической литературе термин "инновация" определяется как трансформация потенциального НТП в реальный прогресс, который воплощается в новых технологиях и продуктах. НТП - применение передовых достижений техники и науки, технологии в народном хозяйстве, в промышленном производстве для реализации целей повышения уровня качества и эффективности производственных процессов, наилучшего удовлетворения потребностей населения страны. Термин «инновация» широко применялся в экономической науке СССР наряду с тождественным к данному термину по значению понятию "научно-техническая революция". Сегодня научные достижения, которые используются в технике и экономике, чаще определяются как инновации. Временной период от рождения идеи, создания, распространения новшества вплоть до практического использования результатов инновации принято называть ее

жизненным циклом. При этом с учетом реализуемой последовательности ведения работ по разработке и внедрению инновации жизненный цикл следует рассматривать как интегрированный инновационный процесс [16].

Инновацию следует характеризовать высоким техническим и технологическим уровнем, улучшенными потребительскими качествами продукции, услуг в сравнении с предыдущими продуктами. Разделение инноваций на определенные группы в соответствии с их определенными признаками является классификацией инноваций. При управлении инновациями применяются разные классификаторы инноваций, что позволяет предприятием более качественно планировать свою перспективную деятельность. Рынки разрабатываемых инноваций достаточно широки, поэтому все известные в мире инновации требуют осуществления необходимой классификации. Например, по новизне для целевых рынков инновации следует подразделять на: инновации, новые для отраслей в мире; инновации, новые для отраслей в стране; инновации, новые для данных предприятий (отдельного предприятия) [6].

Инновация как экономическое понятие отражает самые общие признаки, свойства, связи, а также отношения разработки, реализации широкого круга нововведений. Смысл инновации становится ясен при отражении ее функций. Функции инновации всегда отражают назначение результатов инновационной деятельности в государственной социально-экономической системе, а также фиксируют ее роль для улучшения хозяйственных процессов. Важную роль играет разработка и реализация инноваций для повышения уровня конкурентоспособности предприятий. Здесь следует отметить, что инноваций выполняют три взаимосвязанные функции: инвестиционную; воспроизводственную; стимулирующую функции. Воспроизводственная функция инноваций означает, что инновации представляют собой источник ресурсного обеспечения расширенного воспроизводства. Суть воспроизводственной функции инноваций связана с получением прибыли от разработки инноваций и применения их как источника различных ресурсов, необходимых для ведения стратегической деятельности предприятий. Прибыль, которая получена от реализации инноваций, может применяться по разным направлениям, включая и как интеллектуальный капитал предприятия. Указанный капитал может быть рационально использован при ресурсном обеспечении новых разновидностей инноваций. Отсюда, использование прибылей от разработки и внедрения инновации для осуществления капиталовложений в развитие предприятия составляет суть инвестиционной функции инноваций [7].

Получение коммерсантами прибыли посредством реализации инновации непосредственно соответствует основным целям любой предпринимательской структуры. Прибыль является стимулом для предпринимателей для последующего внедрения инноваций; побуждает их постоянно исследовать спрос, улучшать организацию маркетинга, применять эффективные методы по управлению ресурсами. Все это определяет содержание для стимулирующей функции инноваций. Началом

инновационных процессов выступает инициация. Инициация — это совокупность действий, которая связана с выбором целей разработки инноваций, постановкой задач, выполняемых инновациями, поиском идей инноваций, их техническим и экономическим обоснованием с последующей материализацией идей. Материализация идей связана с превращением идей в товары (имущество, новые продукты и пр.). После обоснования новых продуктов проводится комплекс маркетинговых исследований для предлагаемых инноваций, где изучается потребительский спрос на новые продукты, определяются объемы выпуска продуктов, моделируются товарные характеристики, а также потребительские свойства, которые будут приданы инновациям как товарам, выходящим на целевые рынки. Затем осуществляется продажа инноваций посредством появления на целевых рынках малой партии продукции, продвижение продукции, оценка уровня эффективности и, наконец, диффузия [3,4].

Продвижение инноваций - это комплекс мер, которые направлены на реализацию разработанных инноваций (организации рекламы, торговли и пр.). Результаты реализации инноваций и затраты по продвижению статистически обрабатываются и анализируются, после чего определяется уровень экономической эффективности инновации. Наконец, инновационный процесс завершается диффузией инноваций. Диффузию (от лат. слова *diffusio* — растекание, распространение) инноваций можно описать как распространение уже однажды реализованных и освоенных инноваций на новых целевых рынках в новых территориях и регионах страны. Отсюда, понятие инновации в самом широком смысле должно включать в себя конкретные объекты или мероприятия, внедренные в промышленное производство в соответствии с результатами проведенных научных исследований или сделанных открытий (изобретений), качественно отличных от имеющихся аналогов [19].

Инновационная деятельность — динамичная сложная система действий и взаимодействий разных факторов, методов, органов управления, которые занимаются ведением научных исследований, созданием новых разновидностей продукции и услуг, совершенствованием предметов труда и оборудования, форм организации промышленного производства и технологических процессов посредством использования современных достижений техники, науки, передового опыта путем планирования, финансирования и координации результатов НИОКР, совершенствования экономических стимулов и рычагов, разработки комплекса мер, связанных с регулированием системы взаимообусловленных мероприятий, которые направлены на ускорение процессов развития предприятий и повышение их социальной и экономической эффективности [18].

Предприятие в меняющейся рыночной экономике, как правило, уделяет значительное внимание исследованию процессов разработки, а также внедрения различных инноваций. При ускоряющемся научно-техническом прогрессе становится важным своевременное обновление и модернизация производственных технологий и

ассортиментного профиля предприятия (изменение номенклатуры продукции). Данная деятельность связана с быстро изменяющимся потребительским спросом на продукцию, услуги, возникновением новых более жестких требований к качеству продукции. Перед предприятием встает важный вопрос, связанный с ведением конкурентной борьбы, снижением издержек промышленного производства и максимизацией прибыли. Здесь важную роль для предприятия начинает играть маркетинг, как один из важнейших элементов разработки и внедрения результатов инновационной стратегии предприятия. Стратегия предприятия в условиях меняющейся рыночной экономики призвана фиксировать миссию, систему долгосрочных целей и задач предприятия, утверждать альтернативные курсы действий, распределения всей совокупности ресурсов, которые необходимы для достижения поставленных целей [14].

Предприятие применительно к стратегическому управлению и планированию формирует адаптивную стратегию развития, включающую в себя функциональные и базовые стратегии. Базовая стратегия предприятия позволяет задать общие направления перспективного развития предприятия. Функциональные стратегии разрабатываются в соответствии с основными сферами деятельности предприятия, они позволяют углубить и уточнить базовую стратегию, помогают ее эффективной реализации. Применительно к базовой стратегии предприятия следует выделить ряд функциональных стратегий: инновационная; производственная; маркетинговая; информационная; финансовая; экологическая; социально-экономическая; стратегия внешнеэкономической деятельности.

Наиболее важен сегодня анализ реализуемой инновационной стратегии предприятия, поскольку в рамках данной стратегии осуществляются взаимосвязанные инновационные процессы. Эффективная разработка, а также внедрение различных инноваций помогают предприятию результативно функционировать в освоенных областях и стратегических зонах хозяйствования. Кроме этого, разработка инноваций открывает возможности для выхода на новые перспективные направления осуществления экономической активности предприятия. Особое значение это приобретает применительно к условиям меняющейся рыночной экономики, которая характеризуется быстрым изменением показателей и параметров конъюнктуры целевых рынков, обновлением методов и инструментов ведения конкурентной активной борьбой между предприятиями. При разработке, внедрении, реализации инноваций часто задействовано большинство основных функциональных подразделений предприятия. Согласованность действий данных подразделений со стороны службы маркетинга является сегодня необходимым условием обеспечения требуемой эффективности реализации отдельных этапов в рамках инновационной стратегии предприятия. На успешность реализации инноваций предприятия оказывают влияние значительное число факторов, например, такие как: научно-технический потенциал предприятия, его производственная и техническая база, основные источники и виды применяемых

ресурсов, возможность получения крупных инвестиций, используемая система управления ресурсами и предприятием в целом. Рациональное соотношение и применение указанных факторов, включая и обеспечение тесной взаимосвязи между производственной, инновационной, маркетинговой деятельностью приводят к положительным результатам реализации инновационной стратегии предприятия.

Для ознакомления с новыми продуктами потенциальных потребителей важно изучать рынки реализации продуктов, что осуществляется путем выставления новых продуктов на конкурсы, ярмарки, выставки, предоставления образцов продуктов (в случае товаров длительного пользования) для пробной, бесплатной или льготной эксплуатации, в лизинг, посредством продажи продуктов за льготные цены, которые пока не покрывают себестоимости продуктов. Затраты на данное предварительное размещение новых продуктов следует рассматривать как часть осуществленных инвестиции в процессы освоения сбыта, продуктов. Также данные затраты позволяют начать осуществление маркетинговых исследований спроса на новые продукты [2].

Продвижение на целевые рынки «продуктов-новинок» требует применения эффективных каналов, связанных с вывозом новшеств на выставки (для экспонирования продуктов путем демонстрации процессов потребления); передачей новых продуктов для пробной эксплуатации в виде краткосрочного лизинга и льготных продаж (включая с прикомандирование персонала поставщика, который обладает квалификацией, необходимой для показа производительного и безопасного применения инновации); освоением новых целевых рынков путем ведения персональных работ с целевыми потребителями, влияющими на прочих потребителей и способных рекомендовать инновации для их распространения. Размещение на целевых рынках новых «продуктов доверия» должно сводиться к утверждению на рынках товарных знаков соответствующего поставщика (на основе рекламы поставщика, посредством накопления знаний и доверия к товарам у целевых потребителей). Обеспечение требуемой доли целевого рынка в случае освоения новых продуктов осуществляется как посредством формирования постоянных клиентов, так и посредством создания условий для воспроизводимой (надежной) инновационной монополии. Здесь инновационную монополию производитель (поставщик) новых продуктов может обеспечить путем [9]:

-регистрации и активной защиты (мониторинг по соблюдению исключительных прав на использование технологий, преследование по суду нарушителей при пренебрежении указанными правами) пакета патентов на полезные модели и изобретения, которые были заложены в технологию выпуска либо конструкцию новых продуктов;

-сохранения на условиях коммерческой тайны (которая охраняется специально соблюдаемым и объявляемым режимом секретности, чье наличие которого может быть при необходимости документально представлено в суде) важных ноу-хау (технических

решений), которые касаются технологических или конструктивных особенностей новых продуктов.

Инновационная монополия по случаю выпуска на региональные рынки принципиально новых для этих рынков продуктов, отвечающих существовавшим ранее, не в полной мере удовлетворенным потребностям, либо вновь появившимся потребностям, доступна любому предприятию в не зависимости от размеров. Указанная монополия не превышает срок до двух лет [15]. Монополия может быть нарушена или повторной разработкой подобных ключевых изобретений (при подаче заявок для получения «параллельных» патентов, а также в случае их получения), или в связи с утечкой секретного, ключевого ноу-хау из-за текучести кадров, которые выступают носителями данного ноу-хау.

Анализ, а также мониторинг потребностей целевых рынков, необходимость оперативного и постоянного обновления ассортимента инновационной продукции, услуг требуют придания высокого уровня значения применительно к инновационной экономике процессам внедрения гибкой автоматизации на предприятии. Гибкая комплексная автоматизация, предполагающая широкое применение компьютеризированных систем и информационных технологий выступает сердцем инновационной экономики. Отсюда, в фундамент проводимых структурных преобразований национальной и региональных экономик, в основание построения инновационной инфраструктуры следует положить высокие автоматизированные технологии, а также компьютеризированные системы, имеющие сквозной «бесбумажный» цикл: «проектирование - промышленное производство – мониторинг и контроль – осуществление». Также следует указать, что важной проблемой на уровне региона при формировании и развитии инновационной экономики следует считать решение организационно-технологических и научно-методических вопросов, которые связана с разработкой, формированием, освоением интегрированных автоматизированных проектно-производственных систем, которые осуществляют на основе построения автоматизированного режима «бесбумажный» сквозной цикл. Все это позволяет объединить в единой взаимосвязанной системе инновационно-направленные опытно-конструкторские, научно-исследовательские работы, процессы планирования производства и его технологической подготовки, которые направлены, прежде всего, на производство инновационной продукции, услуг. Также, в подобных системах следует автоматизировать в рамках сквозной цепи основные этапы, характерные для формирования наукоемкой новой системы: проектирование различных инноваций; производство, комплектация головных образцов наукоемкой новой системы; осуществление пуско-наладочных работ и испытание наукоемкой новой системы[20].

Последнее 10 лет в экономическую систему активно внедряются результаты инновационной деятельности предприятий. Самой важной задачей становится повышение эффективности инноваций, в том числе: способности инноваций адекватно и



четко реагировать на происходящие изменения на целевых рынках посредством выпуска предприятием новой, а также усовершенствования текущей продукции, ускоренное внедрение новых промышленных технологий производства, реструктуризации, сбыта, улучшение системы внутрипроизводственного управления и применение комплекса маркетинговых стратегий. В итоге, формирование и повышение уровня инновационного потенциала предприятия становится важной частью его инновационной стратегии [5].

В рамках анализа состава инновационного потенциала предприятию следует учитывать специфику и сложность инновационного цикла. Важным принципом формирования подобной структуры следует считать построение целостной и интегрированной системы комплексов, которая охватывает на предприятии цикл ведения инновационной деятельности в целом, от генерации новых идей, их последующей отработки вплоть до выпуска и изготовления современной инновационной продукции [19].

Как объект системы подобная структура должна иметь собственное внутреннее строение. Подобная система - это совокупность взаимодополняющих и взаимосвязанных друга комплексов и соответствующих организационных элементов, которые необходимы и достаточны для рационального осуществления применительно к сфере техники и науки, что и позволяет иметь системе собственное внутреннее рациональное строение.

Инновационные процессы будут осуществлять в рамках выбранной и рационализированной инновационной стратегии, которую следует считать приоритетной, определяющей развитие большинства производственных областей предприятия. При этом для обеспечения требуемого ускоренного и устойчивого развития, повышения уровня инновационного потенциала важна соответствующая организационная и экономическая система на предприятии, структура инновационной и научно-технической деятельности. Данную структура следует направить на достижение конкретных целей, иметь все требующиеся механизмы, действовать посредством системы определенных принципов. Важной целью построения структуры следует считать и создание конкретным предприятием условий, необходимых для эффективного ведения инновационной и научно-технической деятельности, и преодоление спадов промышленного производства на предприятия, структурную перестройку, оптимизацию номенклатуры продукции, повышение уровня конкурентоспособности и качества продукции для внешнего и внутреннего целевых рынков, создание ряда новых мест для работы [17].

Отсюда изучение проблем в области совершенствования инновационной деятельности предприятий показало, что применительно к оценке состояния, уровней развития инновационной и научно-технической деятельности важно применение интеграционного понятия, в качестве которого следует рассматривать инновационный потенциал. Данное понятие характеризуется числом подразделений, которые выполняют исследования, научные разработки, количеством научных работников, которые

участвуют в подобных разработках, величиной выполняемых научных и технических работ, числом конструкторских разработок. Также, для стимулирования и повышения уровня инновационной активности, для повышения уровня инновационного потенциала важно создание системы комплексов: экспертизы, информационного обеспечения, инновационных и научно-технических программ, финансового и экономического обеспечения инновационной и научно-технической деятельности предприятий. Данная система поможет зафиксировать внутренние преимущества и возможности инновационной деятельности, провести оценку потенциала развития предприятия для реализации целей повышения уровня эффективности коммерческой деятельности предприятия. В среде управления российскими предприятиями нет четкого понимания важности данных процессов для повышения уровня конкурентоспособности и обеспечения высокой степени экономической устойчивости предприятий применительно к национальным и глобальным рынкам инновационной продукции и услуг.

В завершении необходимо сказать, что обеспечение поддержки инновационного предпринимательства выступает самым приоритетным направлением государственной экономической и научно-технической политики для всех стран, имеющих развитую рыночную экономику, при этом локальные рынки инноваций следует рассматривать как важный фактор усовершенствования и развития локальных рынков потребностей в России.

### **Список использованной литературы**

1. Ашальян Л.Н., Колосова Г.М. Форсайт инновационных предприятий. // Теоретический и научно- методический журнал «Вестник Университета», № 14, с. 168-174
2. Ашальян Л.Н., Филатов В.В. Управление каналами распределения системы маркетинга инноваций. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.358-363,
3. Ашальян Л.Н., Филатов В.В. Маркетинг как инструмент создания, внедрения и поддержки инноваций при управлении предприятием в условиях экономической нестабильности.// Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011 - с.346-352
4. Ашальян Л.Н., Филатов В.В. Система маркетингового планирования создания продуктовой инновации на предприятии. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и

практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.352-358

5. Денисова Н.А., Филатов В.В. Концепция маркетинга инноваций в условиях экономической нестабильности. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.375-38

6. Денисова Н.А., Филатов В.В. Современные понятия и генезис маркетинга инноваций. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.367-375

7. Колосова Г.М., Филатов В.В. Управление жизненным циклом инноваций – как необходимая процедура стратегического маркетинга. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.410-415

8. Колосова Г.М., Филатов В.В. Управление предпочтениями целевой аудитории как неотъемлемая часть планирования маркетинга инноваций. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.415-422

9. Колосова Г.М., Филатов В.В. Маркетинговая методика разработки и оценки продуктовой инновации. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.404-410

10. Колосова Г.М., Денисова Н.А., Ашальян Л.Н., Филатов В.В. Информационное обеспечение и форсайтные исследования инновационной деятельности предприятий. // Теоретический и научно- методический журнал «Вестник Университета», № 13, 2012, с.17-25

11. Рукина И.М., Филатов В.В., Роль интеллектуальной собственности и нематериальных активов в управлении инновационной экономикой на современном этапе. // Научно- практический журнал «Качество. Инновации. Образование» №10, 2012, С.29-40

12. Рукина И.М., Филатов В.В., Роль инновационного управления в развитии экономики знания. // Научно- практический журнал «Качество. Инновации. Образование» №12, 2012, С.2-12

13. Рукина И.М., Филатов В.В. Интеллектуальный капитал как инновационный

ресурс экономики знаний // Теоретический и научно- методический журнал «Вестник Университета» № 18, 2012, с.182-193

14. Филатов В.В., Колосова Г.М., Денисова Н.А., Стратегические подходы к инновационному сервису, формирующему новые региональные рынки в современных условиях развития социально- экономических систем // Научно- практический журнал «Качество. Инновации. Образование» №9, 2012, С.44-49

15. Филатов В.В., Денисова Н.А., Колосова Г.М. Управление рыночными факторами, влияющими на характер региональной инновационной деятельности российских предприятий в современных условиях // Научный и производственно-экономический журнал «Экономика строительства» №3, 2012, с.47-57

16. Филатов В.В., Кобулов Б.А., Колосова Г.М., Ашальян 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.

17. Филатов В.В. Методологические основы формирования и регулирования рынка инноваций отраслевой экономической системы – Сборник научных статей - ч.1. «Современные проблемы экономики и менеджмента», Москва: Издательство НИИЭИСС, 2012 г.

18. Филатов В.В. Оценка эффективности формирования и регулирования рынка инноваций отраслевой экономической системы ч.2.- Сборник докладов Всероссийской научно- практической конференции «Проблемы современного менеджмента», Москва: Издательство НИИЭИСС, 2012 г.

19. Филатов В.В. Концептуальные вопросы активизации инновационной деятельности в Российской Федерации, Москва: Издательство НИИЭИСС, 2013 г. - 2,5 п.л.

20. Филатов В.В. Карасев М.В. Классификация инноваций по конечной ориентации производимых изменений// Материалы X Международной заочной научно-практической конференции «Инновации в науке» Часть 2, -Новосибирск: Издательство «Сибирская ассоциация консультантов», 18 июня 2012 г., с.81-87, <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/3382-2012-07-25-04-14-11>