

3. Татарникова, М.А. Обеспечение устойчивого экономического роста регионов в условиях изоляции России от внешних рынков / М.А. Татарникова, Т.А. Бажаева // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8 (ч.1).
4. Барейко, С.Н. Факторы, обуславливающие необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности на основе инноваций / С.Н. Барейко // Вестник ИНЖЭКОНА. Серия: Экономика. – 2009. – № 3. – С.27.
5. Барейко, С.Н. Анализ рискообразующих факторов, сдерживающих развитие малого предпринимательства в России / С.Н. Барейко, К.А. Кожухина // Наука Красноярья. – 2017. – Т.6. – №1-2. – С.18 – 23.

УДК 332.055.2

ДИНАМИЧНЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВЫПУСКАЮЩИХ КАФЕДР ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

*доктор экон. наук., профессор **В.П. Грахов**, канд. экон. наук, доцент **С.А. Мохначев**, канд. пед. наук, доцент **Ю.Г. Кислякова**, **У.Ф. Симакова**, старший преподаватель ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова», г. Ижевск, Россия*

Резюме – в статье поднимается вопрос создания малых инновационных предприятий (МИП) на базе высших учебных заведений в условиях современной рыночной экономики. Актуальность данной статьи заключается в том, что на конкретном примере функционирования МИП «НИИ «Строй.Лаб» в Ижевском государственном техническом университете имени М.Т. Калашникова» на базе кафедры «Промышленное и гражданское строительство» рассмотрены пути взаимодействия образовательного учреждения и промышленных предприятий Удмуртской Республики, реального сектора экономики. Сделан вывод о необходимости такого взаимовыгодного сотрудничества и дальнейшего создания благоприятного инновационного климата в стенах вуза.

Введение. В современной России идет интенсивное развитие рыночной экономики. Проведение ряда реформ, а также развитие рыночных отношений обусловили необходимость создания абсолютно новых форм хозяйственной деятельности. К таким формам хозяйствования можно отнести предприятия малого и среднего бизнеса, куда входят и малые инновационные предприятия (МИП).

В течение последних лет в Российской Федерации (РФ) было принято несколько федеральных законов и постановлений правительства, которые призваны регламентировать совместную деятельность высших учебных заведений и малых инновационных предприятий, а также регулировать инновационную деятельность [1, 2].

На сегодняшний день Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова (ИжГТУ) является крупным региональным научно-образовательным центром, базой для проведения фундаментальных и прикладных исследований для предприятий машиностроения, приборостроения, строительной отрасли, а также оборонно-промышленного комплекса РФ.

Основная часть. Создание инновационной инфраструктуры вуза представляет собой интегрирующую подсистему и является одним из базовых направлений развития и стимулирования национальной инновационной системы, долгосрочного роста экономики страны и достижения лидирующих позиций (рисунок 1).



Рисунок 1 – Инновационная инфраструктура

Основная цель создания малых инновационных предприятий в условиях современной рыночной экономики – необходимость адаптации проводимых исследований и проектных разработок к условиям и требованиям конкретного сектора экономики, а также их коммерциализация. Малые инновационные предприятия, создаваемые

при университетах, являются частью стимулирования и развития наиболее эффективных связей между производством, наукой и образованием [3].

На базе высших учебных заведений создаются студенческие научные объединения, куда входят студенты, аспиранты и молодые ученые. Цель подобных сообществ, это создание условий для эффективной инновационной, научной и предпринимательской деятельности.

Руководствуясь Федеральным Законом РФ от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», создающим правовую основу для инновационных предприятий при государственных высших учебных заведениях, в ИжГТУ имени М.Т. Калашникова на базе выпускающей кафедры «Промышленное и гражданское строительство» (ПГС) создано малое инновационное предприятие ООО «Научно-исследовательский институт «Строительная лаборатория» (ООО НИИ «СтройЛаб»), которое в данное время функционирует и в качестве бизнес-единицы.

Таким образом, появилась возможность обучать студентов направления «Строительство» в условиях выполнения конкретных заказов на научные и практические исследования от строительных компаний региона.

В университете на базе МИП «НИИ «СтройЛаб» функционирует и активно развивается научно-производственный комплекс, оказывающий услуги по организации и проведению проектно-изыскательских работ, а также обеспечивающий распространение и внедрение результатов исследований в производство и в образовательный процесс с целью эффективной подготовки инженерных кадров.

Преимущество заключается в уникальной запатентованной авторской методике исследования грунтов, позволяющей создавать имитационные визуальные 3D модели характеристик грунтов. Потребителями услуг МИП ООО «Научно-исследовательский институт «Строительная лаборатория» являются проектные организации Удмуртской Республики.

Научно-исследовательская лаборатория имеет аккредитацию, позволяющую осуществлять данную деятельность. Имеются соответствующие документы и сертификаты, свидетельствующие о том, что оборудование и измерительные приборы прошли проверку.

Задачи, решаемые научно-исследовательским институтом «СтройЛаб» совместно с кафедрой ПГС:

- проведение лабораторных изысканий и исследований строительных материалов и грунтов, определение характеристик и параметров их физико-механических свойств;
- внедрение в производство и в образовательный процесс результатов исследований с целью эффективной подготовки инженерных строительных кадров;
- объединение и эффективное использование образовательного, научно-инновационного и предпринимательского потенциала строительной лаборатории и кафедры «Промышленное и гражданское строительство»;
- решение задач инновационного развития предпринимательской деятельности НИИ «СтройЛаб» и кафедры ПГС, а также привлечения инвестиций, внедрения и использования кафедральных разработок в производство строительных предприятий региона;
- разработка и реализация инновационных и инвестиционных проектов для промышленных предприятий Удмуртской Республики;
- развитие сотрудничества с ведущими научными, проектно-конструкторскими, технологическими организациями и промышленными предприятиями Удмуртской Республики и России (ООО «КомАР», НИИЖБ им. А.А. Гвоздева, ООО «Технология» и др.);
- повышение качества образования и подготовки инженерных строительных кадров;
- повышение конкурентоспособности ИжГТУ имени М.Т. Калашникова в условиях рыночной экономики [4].

Отметим, что и промышленные предприятия при взаимодействии с университетом получают ощутимое конкурентное преимущество в своей сфере деятельности. Это происходит благодаря использованию независимых средств контроля, когда можно гарантировать качество выпускаемой продукции. Вуз в свою очередь продвигает и закрепляет научные результаты на практике. Это пример настоящего взаимовыгодного сотрудничества.

В 2018 году Ижевский государственный технический университет представил на Всероссийский конкурс Программы «100 лучших товаров России» совместную с ООО «НИИ «СтройЛаб» разработку «Услуги по организации и проведению проектно-изыскательских работ и научных исследований». Данная разработка отмечена знаком качества «100 лучших товаров России».

Заключение. В настоящее время научно-исследовательский институт «Строительная лаборатория» достаточно успешно функционирует, выполняя поставленные перед ним задачи. Опыт показал, что сотрудники вуза, профессорско-преподавательский состав, студенты и аспиранты способны заниматься не только научно-образовательной, но и предпринимательской деятельностью. Таким образом, в рамках образовательного учреждения происходит взаимодействие науки и бизнеса, определяя тем самым возможность и значимость развития малых инновационных предприятий.

Подводя итог, отметим, что в нынешних условиях создание малых инновационных предприятий на базе высших учебных заведений, вопрос очень актуальный. Поскольку именно высшая школа владеет кадровым потенциалом, который способен не только создавать, но и реализовывать результаты научно-технического прогресса. Следовательно, при подготовке специалистов, способных достигать поставленные цели и решать необходимые задачи формирования инновационной экономики и развития науки, важно организовать взаимодействие и связь образовательных учреждений с бизнес-структурой региона [5, 6]. А малые инновационные предприятия, созданные на базе вуза, и являются таким связующим звеном между наукой и реальным сектором экономики страны. Эффективность деятельности МИП имеет две составляющие – социально-экономическую, в

первую очередь, за счет разработки и внедрения инноваций, и финансовую, обусловленную генерацией входных денежных потоков за счет взаимодействия с промышленными предприятиями республики.

Таким образом, технический университет, создавая малые инновационные предприятия и осуществляя образовательную, научную и предпринимательскую деятельность, вносит значительный вклад в развитие инновационной подсистемы региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Башкирцева С.А. Модели взаимодействия малых предприятий и высших учебных заведений в рамках реализации инновационной проектной деятельности // Экономика и управление. Экономические науки. 2011. № 5(78). С. 166-169.
2. Мохначев К.С., Мохначева Е.С. Механизмы государственного регулирования инновационной деятельности в России // Фотинские чтения. 2016. № 1 (5). С. 177-184.
3. Толочко Е.А. Перспективы развития малых инновационных предприятий при вузах // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.- СПб.: Сатис, 2014. С. 37-40.
4. Официальный сайт ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». Центр стратегических идей и развития. URL: <http://istu.ru/material/centr-strategicheskikh-idey-i-razvitiya> (дата обращения 15.12.2018).
5. Иода Е.В. Малые инновационные предприятия на базе вузов как инструмент развития инновационной экономики /Е.В. Иода, Е.Ю. Кузнецова// Социально-экономические явления и процессы. 2015. Т. 10, №11. С. 29-33.
6. Мыльникова Л.А. Инновации предпринимательство и вуз // Современные научные исследования и инновации. 2014. №2. [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/02/31497>(дата обращения 15.12. 2018).

УДК 33.334

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРОДУКТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТЕПЕНИ ИХ ИННОВАЦИОННОСТИ

канд. эконом. наук, доцент Л. В. Гринцевич, БНТУ, г. Минск

Резюме – в статье рассмотрены различные методы обоснования цены нового продукта в зависимости от степени его новизны, предложены оригинальные методы, учитывающие базу для сравнения вариантов товаров и альтернативных затрат потребителя.

Введение. Для обоснования цены нового продукта маркетологи часто используют в качестве базы затраты предприятия на производство и продвижение товара потребителям, учитывают изменение его качественных характеристик, возможную величину спроса. Однако потребитель для оценки справедливости цены на новый продукт всегда пользуется своими соображениями, основанными на прошлом опыте, изменении своего статуса, затрат на использование продукта, личной экономии, удобстве покупки и эксплуатации товара, риске, связанном с его использованием. Все эти факторы предлагается учитывать при обосновании цены нового продукта в комплексе маркетинга.

Основная часть. По степени новизны для потребителя все товары можно классифицировать следующим образом: полностью инновационный продукт; продукт с улучшенными характеристиками; продукт с дополнительными функциями; продукт с меньшими издержками; продукт с новым дизайном.

Полностью инновационный продукт – продукт с принципиально новыми характеристиками, для которого сложно найти товар-конкурент. Для потребителя таким товаром может являться продукт одновременно выполняющий множество функций, которые до этого выполняли несколько приспособлений (кухонный комбайн вместо большого количества разноплановых кухонных гаджетов); продукт, в действие которого заложены новые технологии (сотовый телефон, вместо аналогового); продукт, позволяющий экономить личные затраты потребителя (одноразовые подгузники позволяют экономить время матери на обслуживание потребностей ребенка; робот-пылесос – время на ежедневную уборку). Основной особенностью является то, что потребителю трудно сравнить данные товары с чем-то привычным в его жизни. Поэтому он или сам выбирает объект, с которым может сравнить новый товар или этот объект ему может предоставить производитель продукта в процессе продвижения товара. Восприятие потребителем цены нового товара в данном случае будет зависеть от базы для сравнения, степени диффузии товара в потребление, рисков потребителя и его альтернативных затрат. Цена с точки зрения потребителя инновационного товара может быть рассчитана следующим образом:

$$C_{ИП1} = (C_{баз} + Z_{альт} * k_{диск} - Z_{доп} * k_{диск}) * r,$$

где $C_{баз}$ – цена изделия, принятого за базу (или нескольких изделий, если инновационный продукт заменяет их), руб.;

$Z_{альт}$ – альтернативные личные затраты потребителя, которые экономит инновационный продукт, руб.;

$Z_{доп}$ – дополнительные затраты потребителя на эксплуатацию инновационного продукта, руб.;