

- наблюдение – предполагает непосредственное наблюдение исследователем за процессом реализации и эксплуатации нововведения у потребителя;

- эксперимент – применим тогда, когда у исследователя уже есть гипотеза относительно причинно-следственных связей в изучаемом объекте;

- опрос – непосредственно опрашиваются потенциальные потребители по интересующему исследователя вопросу.

Далее собранная информация обрабатывается с использованием статистических методов и математических моделей, способствующих принятию оптимальных маркетинговых решений. К методам статистической обработки относятся: регрессионный, корреляционный, факторный дискрепантный, кластерный анализ и т.п. Используются специальные математические модели маркетинговой направленности: оценка конкурентоспособности инновации, расчет доли рынка, расчет базовой цены, оптимизация прибыли, разработка рекламного бюджета.

В настоящее время представленная схема маркетинговых исследований реализуется в центре трансфера технологий при изучении регионального рынка новых строительных технологий, передаваемых из Германии.

Литература:

1. Молчанов Н.Н. Инновационный процесс: организация и маркетинг, Санкт-Петербургский университет.

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ НА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ ПРИ ТРАНСФЕРЕ ТЕХНОЛОГИЙ

Н. П. Пойта

*Экономический факультет, БПИ,
г. Брест, Беларусь.*

Темпы экономического развития предприятий зависят от активности в ведении инновационной политики. Вполне закономерно, что с развитием общественного производства возрастает роль научно-технического прогресса, который становится едва ли не единственным источником роста национального дохода, в особенности в условиях Беларуси.

Научно-техническое сотрудничество с зарубежными фирмами и организациями, выполнение для них определенной доли научных исследований в обмен на материально-техническое оснащение и развитие опытно-экспериментальной базы науки, осуществляет Трансфер Центр Технологий, открытый в БПИ. Это, пожалуй, наиболее эффективный путь ускоренного развития наукоемких, высокотехнологичных отраслей и производств.

Изобретение обладает потребительской стоимостью, хотя и не выраженной. Стоимость изобретения определяется финансовыми и трудовыми затратами на его разработку и реализацию. На цену изобретения, кроме его стоимости, влияют:

- прибыль предприятия, осваивающего выпуск новой продукции, либо использующего изобретение для собственного производства;
- прибыль организации-разработчика, получаемая после реализации изобретения;
- положительный эффект, получаемый в результате использования изобретения.

Определить цену научно-технической продукции чрезвычайно важно, так как для Республики Беларусь реализация научно-технических разработок может стать выходом из сложившейся тяжелой экономической ситуации. Научно-технический потенциал РБ достаточно высок и, следовательно реализация научных разработок за рубеж может стать мощным каналом пополнения валютного запаса страны.

Для того, чтобы спрогнозировать рыночную цену научно-технического изобретения, необходимо проанализировать:

- норму и массу прибыли;
- затраты на освоение в производстве;
- технико-экономические параметры аналогичных зарубежных разработок;
- затраты на научно-исследовательские работы;
- условия платежа;
- степень новизны товара;
- предполагаемый жизненный цикл изобретения;
- возможность снижения издержек на единицу продукции по мере увеличения объемов производства;
- монопольное положение на рынке.

Для того, чтобы экономически обосновать цену научно-технической продукции, необходимо рассчитать:

- минимальный уровень цены, назначаемый разработчиком. Он определяется себестоимостью научно-технической продукции и минимальным уровнем рентабельности.
- максимальный уровень цены заказчика. Он определяется величиной ожидаемой или фактической прибыли заказчика от использования научно-технической продукции на производстве и объемом применения научно-технической продукции.

Для реализации научно-технического изобретения необходимо определить окончательный уровень договорной цены, который согласуется разработчиком и заказчиком. Для решения этого вопроса Кудашов В.И. предлагает проводить расчеты, используя долю разработчика в прибыли (α):

- если доля постоянная:

$$Ц_d = \alpha \sum_{t=t_1}^{t_2} П_t A_t, \text{ где}$$

$Ц_d$ - цена договорная;

$П_t$ - удельная ожидаемая или фактическая прибыль заказчика в t -ом году эффективной реализации результатов разработки;

A_t - объем применения научно-технической продукции в t -ом году;

t_1 ; t_2 - период эффективного использования результатов.

- если доля прогрессивно убывающая на протяжении периода эффективной реализации разработки:

$$Ц_d = \sum_{t=t_1}^{t_2} \alpha П_t A_t.$$

В договоре могут предусматриваться как поощрительные надбавки за высокоэффективную научно-техническую продукцию, так и скидки к договорной цене в случае не достижения технико-экономических параметров, срыва сроков выполнения работ.

Литература:

1. Кудашов В.И. "Научно-технические нововведения." Мн., 1993.
2. Тарасов В.И. "Теория цены на новую технику." Мн., 1989.
3. Твисс Б. "Управление научно-техническими нововведениями." М., 1989.