

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

М.М. П.М.Корзик

« 17 » 12 2018 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание степени магистра экономических наук

«Обоснование цен инновационного продукта»

**Специальность 1 – 27 81 01 «Управление инновационными проектами на
производстве»**

Магистрант

Терешковец

(подпись, дата)

А.Н. Терешковец

Руководитель
канд. эк. наук, доцент

Гринцевич 17.12.18

(подпись, дата)

Л.В. Гринцевич

Нормоконтроль

Савко

(подпись, дата)

Т.К. Савко

Минск 2018

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Проблематичность разработки ценовой политики заключается в том, что, с одной стороны, цена должна быть достаточно высокой, чтобы мотивировать производственное подразделение, которое могло бы претворить в жизнь этот товар и на внутреннем рынке, через традиционную сеть сбыта; с другой – цена должна быть достаточно низкой, чтобы продукция предприятия была конкурентоспособной на зарубежных рынках.

Цель и задачи исследования

Целью диссертационного исследования является совершенствование инновационных подходов при формировании ценовой политики на предприятии. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты формирования цен инновационных проектов;
- разработать алгоритм реализации формирования цен инновационных продуктов;
- проанализировать зарубежный опыт использования формирования цен инновационных продуктов;
- охарактеризовать существующий механизм формирования цен инновационных продуктов;
- дать оценку финансово-экономической эффективности мотивации персонала на предприятии;
- разработать стратегию инновационных подходов при формировании цены инновационных продуктов;
- провести экономическое обоснование формирования цены инновационных продуктов.

Научная и практическая значимость результатов

Теоретическая значимость полученных результатов исследования заключается в дополнении и развитии в формировании цен инновационных

проектов. Практическая значимость работы заключается в возможности применения ее результатов организациями для формирования цен инновационных продуктов.

Объект исследования

Объектом исследования являются методы формирования цен инновационного продукта.

Предмет исследования

Предметом исследования является обоснование цен инновационного продукта.

Структура и объем магистерской диссертации

Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, списка использованной литературы. Полный объем диссертации составляет 71 страниц. Объем, занимаемый 11 рисунками, 19 таблицами, 13 формулами, использованной литературой (42 наименования), составляет 24 страницы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Арутюнов, Ю.А. Ценообразование на инновационную продукцию / Ю.А. Арутюнов, Ю.Ф. Фрутюнов, М.М. Киселева. – М. : Креативная экономика, 2009. – 236 с.
2. Сравнительный анализ методов ценообразования инновационной продукции [Электронный ресурс] / Сравнительный анализ методов ценообразования инновационной продукции. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12830>. – Дата доступа: 06.10.2018.
3. Гринцевич, Л.В. Экономика промышленного предприятия: учебное пособие / Л. В. Гринцевич. – Минск : БНТУ, 2012. – 162 с.
4. Емельянова, Т.В. Ценообразование: учеб. пособие. – Мн., Выш. шк., 2005. – С. 160-193.
5. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Закон Республики Беларусь, 10 июля 2012 г., № 425-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 25.01.2018.
6. Зимин, В.А. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Зимин. – Самара : ООО «Издательство Ас Гард», 2011. – С. 25-31.
7. Иванов, И.Н. Производственный менеджмент. Теория и практика : учебник / И.Н. Иванов [и др.]. – М. : Юрайт, 2014. – 574 с.
8. Инновации и предпринимательство [Электронный ресурс] / Ценообразование на продукты инновационной деятельности. – Режим доступа: http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_f70a8d52-0f9d-4e71-af75-031119b22da8.html. – Дата доступа: 19.09.2018.
9. Инновационное предпринимательство [Электронный ресурс] / Ценовая политика инновационного продукта. – Режим доступа: https://studme.org/1728092421759/ekonomika/tsenovaya_politika_innovatsionnogo_produkta. – Дата доступа: 15.10.2018.
10. Сильченко, Н.В. Инновационное развитие общества в условиях интеграции правовых систем : сб. науч. ст. / Гродн. гос. ун-т ; редкол.: Н. В. Сильченко [и др.]. – Гродно : ГрГМУ, 2013. – 454 с.
11. Козлов, А.В. Ценообразование на продукты инновационной деятельности / А.В. Козлов // Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д, Экон. и юрид. науки. – 2013. – № 5. – С. 7–11.

12. Коэффициент дисконтирования [Электронный ресурс] / Коэффициент дисконтирования. – Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/11442-koefficient-diskontirovaniya>. – Дата доступа: 27.11.2018.
13. Методика ценообразования [Электронный ресурс] / Методика ценообразования. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/konkurentosposobnost-tovara-ocenka-kachestvo-produkcija-sravnienie-metodika>. – Дата доступа: 30.11.2018.
14. Мозговой, А.И. Инновации на предприятии: бизнес-план, ценообразование, оценка эффективности и рисков: учебное пособие / А.И. Мозговой, Т.В. Кокорева, А.Н. Крылов. – М.; ГУУ, 2015. – 110с.
15. Моисеева, Н.К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н.К. Моисеева, Ю.П. Анискин. – М. : Внешторгиздат, 1993. – 185 с.
16. Молчанов, Н.Н. Маркетинг высокотехнологичных продуктов и услуг / Н.Н. Молчанов. – М. : Политехнический университет, 2011. – С. 217.
17. Морозова, Ю.Э. Экономическая эффективность управления ценообразованием инновационных проектов / Ю.Э. Морозова // Белорусский экономический журнал. – 2010. — № 2. – С. 62.
18. Определение цены [Электронный ресурс] / Определение цены. – Режим доступа: https://studopedia.ru/view_marketing.php?id=16. – Дата доступа: 23.11.2018.
19. Органы государственного управления, другие организации системы управления интеллектуальной собственностью [Электронный ресурс]: / Национальный центр интеллектуальной собственности. Режим доступа: http://www.belgopatent.org.by/index.php?option=com_content&view=article&id=49. – Дата доступа: 09.09.2018.
20. Толмачева, И.А. 14 правил руководства своим руководителем / И.А. Толмачева. – СПб : БХВ Петербург, 2011. – С. 68.
21. Трифилов, А.А. «Открытые инновации» – парадигма современного инновационного менеджмента / А.А. Трифилова // Инновации. – 2008. – №1. – С. 73–78 с.
22. Ценообразование. Теория и практика [Электронный ресурс] / Методические подходы к формированию ценовой политики. – Режим доступа: http://pricinginfo.ru/publ/teorija/teorija_cenoobrazovanija/metodicheskie_podkhody_k_formirovaniju_cenovej_politiki_na_innovacionnye_vidy_produkcii/9-1-0-113. – Дата доступа: 15.10.2018.
23. Шерстобитова, Т.И. Маркетинг инноваций / Т.И. Шерстобитова. – Пенза : Издательство ПГУ, 2009. – 126 с.

24. Яшин, С.Н. Экономика и финансовое обеспечение инновационной деятельности. Том 1. Экономика: учебник / С.Н. Яшин, И.Л. Туккель, Е.В. Кошелев. – СПб. : БХВ. – Петербург, 2014. – 688 с.