

# УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ И ВЫБОР СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПУТЬ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ

Журнал: RUSSIAN JOURNAL OF MANAGEMENT Том 12 № 4 , 2024  
Рубрики: ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

 ТИМЕРГАЗИЗОВА Эмина Романовна <sup>1</sup> 

## ^ Информация об авторах и публикации

<b>Авторы:</b>	1. Казанский государственный энергетический университет Республика Татарстан, Россия
<b>Тип:</b>	Статья
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.29039/2500-1469-2024-12-4-93-101">https://doi.org/10.29039/2500-1469-2024-12-4-93-101</a>
<b>Страницы:</b>	с 93 по 101
<b>Статус:</b>	<span>Опубликован</span>
<b>Получено:</b>	09.12.2024
<b>Одобрено:</b>	11.12.2024
<b>Опубликовано:</b>	28.12.2024
<b>Классификаторы:</b>	ВАК 5.2.1 Экономическая теория ВАК 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика ВАК 5.2.4 Финансы ВАК 5.2.5 Мировая экономика ВАК 5.2.6 Менеджмент ВАК 5.2.7 Государственное и муниципальное управление УДК 338.5 Цены. Ценообразование. Издержки производства. Себестоимость
<b>Язык материала:</b>	русский
<b>Ключевые слова:</b>	инновационная деятельность, инновационная сфера, управление затратами, цена, стратегия

## ^ Аннотация и ключевые слова

### Аннотация (русский):

Инновационная сфера деятельности современных предприятий, являясь двигателем экономического роста, характеризуется большой неопределенностью и риском. Разработка и внедрение новых продуктов и технологий нуждаются в значительных инвестициях, и успешное управление затратами и ценообразованием является ключевым фактором для достижения прибыльности и обеспечения устойчивого развития инновационных предприятий. Эта статья рассматривает особенности управления затратами и ценообразованием в инновационной сфере, анализируя специфические вызовы и предлагая эффективные стратегии.

### Ключевые слова:

инновационная деятельность, инновационная сфера, управление затратами, цена, стратегия

### ▲ Текст

Инновационная деятельность – это двигатель прогресса и экономического роста любого предприятия. Однако путь к инновациям усеян рисками, а значительные инвестиции требуют тщательного планирования и эффективного управления затратами и ценообразованием. Успех инновационного проекта напрямую зависит от способности компании точно прогнозировать, контролировать и оптимизировать свои расходы. И здесь, в первую очередь, важно проанализировать классификацию затрат на инновационную продукцию, поскольку затраты имеют многогранный характер и затрагивают различные аспекты деятельности предприятия. Проанализируем основные классификационные методы.

1. Классификация по функциям управления. Этот подход группирует затраты в зависимости от того, какой функции управления они служат.

Основные функции и соответствующие им типы затрат:

- Разработки и исследования (НИОКР) – расходы на прикладные и фундаментальные исследования, экспериментальные разработки, патентные исследования, создание прототипов, лицензирование технологий. Это, пожалуй, самая значительная часть затрат на инновационную продукцию.
- Производство – затраты на приобретение сырья и материалов, рабочую силу, амортизацию оборудования, энергоресурсы, контроль качества, управление производственными процессами. Здесь важно учитывать специфику инновационной продукции, которая может требовать специализированного оборудования и материалов.
- Маркетинг и продажи – затраты на маркетинговые исследования, рекламу, промоушн, формирование сбытовой сети, продажи и послепродажное обслуживание. Для инновационной продукции часто требуется более агрессивный маркетинг, ориентированный на образование рынка и формирование спроса.
- Административные затраты (бухгалтерия, юридический отдел, кадры и т.п.). Эти затраты являются общими, но их доля в инновационных проектах может быть выше из-за повышенной сложности управления [1].

2. Классификация по объектам затрат. Затраты можно классифицировать в зависимости от того, на какой объект они направлены:

- затраты на отдельные компоненты продукта;
- затраты на технологические процессы;
- затраты на отдельные этапы производства;
- затраты на отдельные подразделения компании.

Вообще для эффективного управления затратами на инновационную продукцию необходимо использовать системный подход, комбинируя различные методы классификации. Это позволяет получить более полное представление о структуре затрат и выявлять потенциальные области для оптимизации. Современные информационные системы и программные решения играют ключевую роль в создании такой системы, позволяя автоматизировать учет и анализ затрат, а также обеспечивать прозрачность и контролируемость финансовых потоков. Правильная классификация затрат служит основой для принятия информированных решений в области управления затратами и ценообразования, что в конечном итоге влияет на конкурентоспособность и успех инновационного проекта.

Управление затратами в инновационной сфере отличается от традиционных отраслей рядом ключевых особенностей. Это высокая степень неопределенности, высокий уровень инвестиций в НИОКР, быстрые технологические изменения, сложность учета затрат, высокая доля нематериальных активов. На ранних стадиях инновационного цикла трудно точно предсказать затраты на исследования и разработки, производство и маркетинг. Это связано с неизвестностью технологических решений, требуемых ресурсов и временных рамок. Разработка инновационных продуктов и технологий требует от фирм значительных инвестиций в исследования и разработки, которые могут занимать продолжительное время и не гарантировать получения ожидаемого результата. Технологии быстро меняются, и инвестиции в устаревающие технологии могут быть потеряны. Учёт затрат на инновационные проекты может быть сложным из-за многостадийности процесса, нестандартного характера затрат и необходимости учета неосязаемых активов. Значительная часть затрат в инновационной сфере приходится на нематериальные



составляющей. Поэтому, разработка эффективной стратегии ценообразования – критичный этап коммерциализации инноваций [3].

На процедуру установления цены инновационной продукции влияют определённые обстоятельства. Ключевой фактор – это уникальность и ценность предложения, то есть насколько инновационный продукт решает проблему потребителя лучше, чем существующие решения. Уникальные характеристики, патентная защита и высокая эффективность позволяют устанавливать более высокие цены. Затраты на НИОКР, производство, маркетинг и сертификацию также являются базовыми для расчета себестоимости продукта. Однако в случае инновационных продуктов эти затраты могут быть значительно выше, чем у традиционных товаров. Анализ рыночного спроса и конкурентной среды поможет определить оптимальную цену. Если аналогичные продукты уже существуют, нужно учитывать их цены и конкурентные преимущества. Для совершенно новых продуктов необходимо формировать спрос и оценивать потенциал рынка. Ценовая эластичность спроса покажет, как изменение цены влияет на объём спроса. Для некоторых инновационных продуктов спрос может быть не очень чувствителен к изменению цены (неэластичный спрос), что позволяет устанавливать более высокие цены. Ценообразование также должно учитывать целевую аудиторию и её готовность платить за инновационный продукт, ведь различные сегменты потребителей могут иметь разную платежеспособность и чувствительность к цене. Помимо всего перечисленного, ценообразование может быть инструментом достижения стратегических целей компании, таких как быстрый рост рыночной доли или максимизация прибыли.

Ценообразование в инновационной сфере имеет свои особенности. Во-первых – отсутствие аналогов. При выводе на рынок совершенно новых продуктов нет аналогов для сравнения цен. Это

усложняет процесс ценообразования и требует более глубокого анализа рыночного спроса и ценностей клиентов. Второе – большая стоимость НИОКР. Необходимость окупаемости значительных затрат на исследования и разработки влияет на уровень цен. И третье – это резкое изменение цен. В динамичной инновационной сфере цены могут быстро изменяться из-за появления новых конкурентов и технологий [4].

Выбор ценовой стратегии зависит от позиционирования товаров, а также от цели фирмы. Рассмотрим эти стратегии.

Премиум-ценообразование – это установка высокой цены на новый продукт, что позволяет быстро окупить инвестиции и получить высокую прибыль. Оно эффективно для уникальных продуктов с высокой ценностью для потребителя.

Ценообразование на основе затрат заключается в том, что цена определяется на основе калькуляции затрат с добавлением наценки. Это простой метод, но не всегда эффективный, так как не учитывает ценность для потребителя.

Ценообразование на основе ценности используется в случае, когда цена устанавливается на основе ценности, которую продукт представляет для потребителя. Данный метод более сложный, но позволяет максимизировать прибыль и учитывает конкурентные преимущества.

При динамическом ценообразовании цена регулярно изменяется в зависимости от рыночного спроса и конкурентной среды. Это позволяет быстро реагировать на изменения рынка, но требует постоянного мониторинга.

Ценообразование с проникающей ценой представляет собой установку низкой цены на начальном этапе для быстрого захвата рынка и формирования спроса. Подойдет для продуктов с высоким потенциалом масштабирования.

Установление правильной цены на инновационную продукцию – это итеративный процесс, требующий от компании гибкости и адаптации к изменениям рыночной ситуации. Постоянный мониторинг и анализ результатов позволяют оптимизировать ценовую политику и максимизировать прибыль от инновационного проекта [5].

Для успешного управления затратами и правильным ценообразованием инновационные предприятия должны выполнять следующее:

- постоянный мониторинг затрат и рыночной конъюнктуры (регулярный анализ затрат и рыночной конъюнктуры позволяет своевременно выявлять проблемы и адаптировать стратегии управления затратами и ценообразованием);
- использование современных информационных технологий (применение специализированного программного обеспечения для управления проектами, контроля затрат и анализа данных) [6];
- тесное взаимодействие между отделами (эффективное взаимодействие между отделами НИОКР, производства, маркетинга и финансов способствует оптимизации затрат и разработке эффективной ценовой политики);
- понимание ценности для клиента (определение ценности продукта с точки зрения клиента является ключевым фактором для успешного ценообразования);
- гибкость и адаптивность (готовность изменять стратегии управления затратами и ценообразованием в зависимости от изменений рыночной конъюнктуры и технологических трендов).

Таким образом, управление затратами и ценообразованием в инновационной сфере представляет собой сложную, но крайне важную задачу. Успех зависит от способности организации эффективно управлять рисками, адаптироваться к быстро

Интегрированный подход, основанный на постоянном мониторинге, анализе и адаптации, является ключом к достижению прибыльности и обеспечению устойчивого развития инновационных предприятий. Применение современных инструментов управления и технологий позволит улучшить эффективность процессов и принять более обоснованные решения в области управления затратами и ценообразованием. Необходимо также учитывать долгосрочные перспективы и стремиться к созданию устойчивой бизнес-модели, способной обеспечить не только краткосрочную прибыль, но и долгосрочный устойчивый рост компании.

## ▲ Список литературы

---

1. Галимова А.Д. Цифровые технологии как фактор развития предпринимательства // Современные тенденции в развитии экономики энергетики. Сборник материалов II Международной научно-практической конференции. Минск, 2022. С. 108.
2. Подопригора М.Г., Мазюта О.С. Концепция методов внутрикомандного менеджмента при управлении инновационными проектами в организации // Вопросы инновационной экономики, 2019. № 4. С. 1490-1499.
3. Дворецкая А.Е. Инновационные решения в национальной экономике: инфраструктурные и финансовые аспекты // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства, 2010. №9. С. 152-174.
4. Алтынбаева Э.Р., Дараган А.В., Чугунов К.В. Роль государства в регулировании направлений деятельности инновационного бизнеса // Экономика и предпринимательство. 2021. №11(136). С. 64-67.
5. Сакаро Г.А. Стимулирование инновационной деятельности в России // Проблемы экономики и менеджмента, 2016. №5 (57). С. 92-97.

6. Мустафин Р.Ф., Зарипова Р.С. Перспективы применения технологии блокчейн в финансовом секторе экономики // Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах. 2022. № 4 (30). С. 129-131



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 International