

## **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ И ФОРСАЙТ-ИССЛЕДОВАНИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИННОВАЦИОННЫХ ВУЗОВСКИХ РАЗРАБОТОК**

**Миронова Д.Ю., Павлова Е.А.**

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия  
(197101, Санкт-Петербург, пр. Кронверкский, д. 49), e-mail: mironova@mail.ifmo.ru

В статье предлагаются разработанные авторами методические подходы к созданию комплексной системы маркетинговых и форсайт-исследований для совершенствования и развития инновационной деятельности высших учебных заведений. Создание такой системы направлено на обеспечение синергического взаимодействия маркетингового и форсайт-подразделений, которое может оказывать существенное влияние на развитие научно-технических направлений и коммерциализацию вузовских разработок, инициацию перспективных инновационных разработок, повышение квалификации студентов и преподавателей в области маркетинга с целью повышения рыночного потенциала проводимых ими исследований и разработок. Эффективное внедрение результатов маркетинговых и форсайт-исследований в научно-исследовательскую, образовательную и инновационную деятельность вуза позволит создать условия для успешной коммерциализации вузовских инновационных разработок и обеспечить повышение конкурентоспособности вуза на внутреннем и внешнем рынках высокотехнологических товаров и услуг.

## **THE INFLUENCE OF MARKETING AND FORESIGHT RESEARCH ON THE COMPETITIVENESS OF THE UNIVERSITY INNOVATIVE DEVELOPMENT**

**Mironova D.Y., Pavlova E.A.**

St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics  
St. Petersburg, Russia (197101, St. Petersburg, Kronverkskiy pr., 49), e-mail: mironova@mail.ifmo.ru

The article describes the methodological approaches developed by the authors to the creation of the integrated marketing and foresight studies for enhancing and development of innovation activity in higher education. Creation of developed system is aimed to achieve synergetic cooperation of marketing and foresight departments, that may have a significant impact on the development of scientific and technical fields, commercialization of university development, initiation of promising innovation, training of students and lecturers in the field of marketing in order to increase the market potential of their research and development. The effective implementation of market research results and foresight results in research, education and innovation university activity will enable to improve its competitiveness in the domestic and international markets of high-tech products and services.

## **РАЗВИТИЕ РЫНКА ЭНЕРГОСЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ**

**Митрохин В.В., Ульянов О.В.**

ФБГОУ ВПО «МГУ им. Н. П. Огарева», Саранск, Россия (430005, Саранск, ул. Большевикская, 68),  
dep-general@adm.mrsu.ru

В статье рассмотрены проблемы формирования отечественного рынка энергосбережения, связанные с отсутствием проработанной законодательной и методической базы; низким уровнем инвестирования в энергосбережение, особенно на долгосрочный период, отсутствием эффективных механизмов преодоления сопутствующих рисков. По мнению авторов, исправить сложившуюся ситуацию и выступить катализатором развития рынка энергосбережения могут энергосервисные компании. В статье был рассмотрен рынок энергосервисных компаний в России и раскрыты основные достоинства использования услуг энергосервисных компаний, которые включают: применение инвестиционного энергоаудита, закупку и поставку энергосберегающего оборудования силами ЭСКО, принятие на себя инвестиционных рисков энергосервисными компаниями, финансирование проектов, в том числе за счет средств энергосервисных компаний. Дополнительно были раскрыты модели финансирования проектов по энергосбережению с участием энергосервисных компаний. Отдельным блоком было исследовано состояние рынка ЭСКО в Республике Мордовия и дана оценка возможности ОАО «Мордовской энергосбытовой компании» выступить в качестве энергосервисной компании на энергосервисном рынке Республики Мордовия.

## **DEVELOPMENT OF ENERGY SERVICE COMPANIES IN RUSSIA**

**Mitrokhin V.V., Ulyankin O.V.**

Mordovia State University. NP Ogareva, Saransk, Russia (430005, Saransk, street Bolshevist, 68),  
dep-general@adm.mrsu.ru

In this article we analyzed the problems of formation of the domestic energy market, related to the absence of developed legal and methodological framework, low levels of investment in energy efficiency, especially in the long term, the lack of effective mechanisms to overcome the associated risks. According to the authors, to rectify the situation, and a catalyst for the development of energy saving market are energy service companies. In this article we analyzed the market of energy services companies in Russia and covers the main advantages of using the services of energy service companies, which include the application of the investment of energy audit, procurement and delivery of energy-efficient equipment by ESCO, taking on

investment risk energy service companies, project financing, including through means of energy service companies. Extras were disclosed funding model of energy efficiency projects involving energy service companies. A separate block has been investigated condition ESCO market in the Republic of Mordovia and the evaluation of the possibility of «Mordovia Energy Retail Company» to act as an energy service company in the energy service market of the Republic of Mordovia.

### **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ**

**Михайлов А.И.**

ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21. Кафедра ценообразования и оценочной деятельности,  
mikhailov\_ai@mail.ru (дом.)

В статье рассматривается ценообразование вторичного рынка машин и оборудования. Сделан вывод о том, что вторичный рынок отличается от первичного рынка, где продаются новые, только что изготовленные образцы машин, определенной нестабильностью, нерегулярностью и случайностью поставок товара, трудной предсказуемостью конъюнктуры по ассортименту и ценам. Цены вторичного рынка на подержанные машины, как правило, ниже, чем на первичном, это связано, в первую очередь, с обесценением бывшего в употреблении оборудования. Приводится и анализируется система факторов обесценения. Рассматривается скидка на переход на вторичный рынок. Автором рассматривается коэффициент перехода на вторичный рынок как элемент обесценения по факторам функционального устаревания. Количественное выражение коэффициента этого вида обесценения формируется, как правило, на основе экспертного опроса участников рынка.

### **PRICING AND PRICING FACTORS ON THE SECONDARY MARKET OF MACHINES AND EQUIPMENT**

**Mikhailov A.I.**

Saint-Petersburg University State of Economics. 191023, SPb., Sadovaya st., 21.  
Faculty of the pricing and valuation activities, e-mail - mikhailov\_ai@mail.ru

The article deals with pricing factors on the secondary market of machines and equipment. Concluded that the secondary market is different from the primary market, where sold new, newly produced samples of machines, of certain instability, irregular and accident goods supplies, hardly predictability conjuncture on the assortment and prices. Prices of the secondary market for second-hand cars, as a rule, lower than at the primary, this is due primarily to the obsolescence of the used equipment. Analysed the system of factors of the obsolescence. Considered the discount on the transition to the secondary market. The author considers the transition rate to secondary market as an element of impairment by factors functional obsolescence. Quantitative expression of the coefficient of this type of obsolescence is formed, as a rule, on the basis of the expert survey of market participants.

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УСТАРЕВАНИЯ ДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА**

**Михайлов А.И.**

ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,  
191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

В статье рассматриваются методы оценки экономического устаревания. Приводится алгоритм определения факторов экономического устаревания на макро и микро уровнях. Определяются факторы, не относящиеся к экономическому устареванию. Рассматриваются методы определения экономического устаревания в рамках затратного, сравнительного и доходного подходов. Предлагается разработанный автором метод экспертной оценки экономического устаревания машин и оборудования, в зависимости от ликвидности, а также спроса и предложения на первичном и вторичном рынках. Усовершенствованный экспертный метод оценки экономического устаревания может быть использован в практике оценки машин и оборудования, наряду с применением известной «формулы недоиспользования». Основные проблемы ее использования связаны с трудностями выделения среди совокупности факторов, влияющих на понижение стоимости машин и оборудования и проявляющихся именно при наличии внешних причин.

### **METHODICAL ASPECTS OF THE APPRAISAL OF ECONOMIC OBSOLESCENCE OF MOVABLE PROPERTY**

**Mikhailov A.I.**

Saint-Petersburg University State of Economics. 191023, SPb., Sadovaya st., 21

The article deals with methods of the appraisal of economic obsolescence. It contains the algorithm for determining the economic obsolescence factors on the macro and micro levels. Are determined the factors not related to the