

СТЕНОГРАММА**заседания диссертационного совета Д 212.298.07****при Южно-Уральском государственном университете по защите диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)»**

г. Челябинск, 20 октября 2016 г.

Председатель совета, д.э.н, профессор Баев И.А.: Объявляется защита диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 профиль управление инновациями Циплаковой Евгенией Михайловной. Тема диссертации «Управление коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей». Научный руководитель Алабугин Анатолий Алексеевич, д.э.н., профессор. Здесь присутствует. Официальные оппоненты Зубкова Ольга Владимировна, д.э.н., доцент кафедры экономики Уральского социально-экономического института. Здесь присутствует. Осташевский Сергей Михайлович, к.э.н., зав. кафедрой экономики и финансов Русско-Британского Института Управления. Спасибо. Здесь присутствует. У нас есть все основания, чтобы начать защиту. Я предоставляю слово ученому секретарю профессору, Бутрину Андрею Геннадьевичу для зачитания документов, содержащихся в деле соискателя.

Баев Игорь Александрович	Д.э.н, профессор 08.00.05
Ташев Александр Кузьмич	Д.э.н, профессор 08.00.05
Бутрин Андрей Геннадьевич	Д.э.н, профессор 08.00.05
Алабугин Анатолий Алексеевич	Д.э.н, профессор 08.00.05
Бабанова Юлия Владимировна	Д.э.н, профессор 08.00.05
Баев Леонид Александрович	Д.э.н, профессор 08.00.05
Вайсман Елена Давидовна	Д.э.н, профессор 08.00.05
Васильева Ольга Евгеньевна	Д.э.н, профессор 08.00.05

Галкина Наталья Владимировна	Д.э.н, профессор 08.00.05
Ершова Ирина Вадимовна	Д.э.н, профессор 08.00.05
Каточков Виктор Михайлович	Д.э.н, профессор 08.00.05
Коркина Татьяна Александровна	Д.э.н, профессор 08.00.05
Кувшинов Михаил Сергеевич	Д.э.н, профессор 08.00.05
Лутовинов Павел Павлович	Д.э.н, профессор 08.00.05
Мельникова Елена Ивановна	Д.э.н, профессор 08.00.05
Неживенко Елена Алексеевна	Д.э.н, профессор 08.00.05
Смагин Вячеслав Николаевич	Д.э.н, профессор 08.00.05
Чернов Владимир Борисович	Д.э.н, профессор 08.00.05
Шмидт Андрей Владимирович	Д.э.н, профессор 08.00.05

Ученый секретарь совета, д.э.н., профессор Бутрин А.Г.: В деле имеется заявление от Циплаковой Евгении Михайловны на имя ректора ЮУрГУ с просьбой принять и разместить на сайте университета результаты диссертации на тему «Управление коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей». Также в деле имеется заявление от Циплаковой Евгении Михайловны на имя председателя совета с просьбой принять к защите выполненную работу. В деле имеется личный листок по учету кадров из которого следует, что Циплакова Е.М., 1978 года рождения в 2000 г. закончила ЮУрГУ факультет физико-металлургический и получила специальность инженер «Металловедение и термическая обработка металлов», а также факультет «Права и финансов» закончила в 2004 г. и получила специальность экономист-менеджер по специальности «Экономика и управление на предприятии (операции с недвижимым имуществом)». Справка о сдаче кандидатских экзаменов: история и философия науки – удовлетворительно; иностранный язык – удовлетворительно; специальная дисциплина – экономика народного хозяйства – отлично. Имеет два диплома о высшем образовании – инженер и экономист-менеджер. Также в деле имеется выписка с сайта совета на базе ЮУрГУ, согласно которому данная диссертация размещена вовремя. Справка о размещении текста диссертации и автореферата и объявлений о

защите на сайтах вуза и ВАК. Заключение экспертной комиссии в составе Горшенина В.П., Чернова В.Б. и Тащева А.К. Председателем назначен Горшенин В.П., которые отмечают 80,77% оригинального текста и рекомендуют диссертационную работу к защите. Имеется выписка из протокола нашего совета, согласно которому диссертация принята к защите.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо. Есть ли вопросы к ученому секретарю по документам соискателя. Нет вопросов. Спасибо. Слово предоставляется соискателю, Циплаковой Евгении Михайловне. Вам дается 18 минут, чтобы изложить основные научные результаты Вашего исследования. Пожалуйста.

Циплакова Е.М. ДОКЛАД

Добрый день, уважаемый председатель, уважаемые члены диссертационного совета и все присутствующие. Слайд 1. Вашему вниманию представляется диссертация на тему: «Управление коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей».

Актуальность темы исследования обусловлена значимостью исследования систем управления инновационным развитием. Особенно это важно для высокотехнологичных инновационных продуктов вследствие сложностей прогнозирования результатов их коммерциализации. Такие продукты отличаются высоким уровнем инновационности и уникальными потребительскими качествами.

На слайде 2 представлены инновационные вызовы среды, выявляющие основное противоречие исследования. Оно следует из недостаточных возможностей существующих методов управления в оценке и регулировании процесса коммерциализации. Это определяет проблемы их несовершенства в снижении дисбаланса интересов. Предложена гипотеза: повышение качества и эффективности управления коммерциализацией высокотехнологичных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей достижимо на основе циклической модели применения методов регулирования их дисбаланса в жизненном цикле, реализуемых в специальном механизме управления.

На слайде 3 представлены объект, предмет, цель и задачи работы. Далее раскрываются положения научной новизны. *Первое положение*, слайд 4, раскрывается анализом существующих определений, близких теме. Дополненная классификация понятий позволила их уточнить и предложить комплексное понятие **коммерциализации исследуемых продуктов**. Под ней понимается процесс управляемого согласования интересов производителей и потребителей, оцениваемый показателями качества продукции и удельными затратами на производство продукта. При этом процесс осуществляется по этапам циклических спонтанных и управляемых изменений этих показателей и условиям компромисса интересов. Предложен расширенный диапазон оценок качества продуктов: от базово-возникающих (низко инновационных), поддерживающих (средней новизны) до закрывающе-открывающих (существующие и новые сферы применения). Слайд 5. Уточненная формулировка позволила учесть признаки комбинирования понятий и интегрировать их в особые группы. По интегральным группам понятий разработано авторское дополнение классификации признаками «высокий, средний, низкий уровни согласования интересов» и предложены интегральные группы понятий. Слайд 6. *Второе положение научной новизны* инициировано исследованием генезиса и анализом существующих методов управления коммерциализацией по степени соответствия цели исследования. Это позволило разработать новые направления совершенствования методов управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов. На основе конкретизации дополнительных принципов теории организации сформирована **концепция исследования**. Она предполагает организацию процессов согласованного взаимодействия участников процесса регулирования уровня компромисса интересов в жизненном цикле изменений их баланса. Слайд 7. Для этого следует регулировать показатели качества продукции для потребителей с целями повышения качества управления и снижения затрат для производителей. Дополнительные принципы управления коммерциализацией обосновывают матрично-циклическую модель обоснования методов управления по этапам регулирования дисбаланса интересов в оценке целей производителей и потребителей.

Этапы и содержание модели соответствуют жизненному циклу изменения уровня баланса интересов производителей и потребителей. Конфликт, как предельное несоответствие интересов, инициирует и мотивирует разработку проекта коммерциализации (этап и квадрант 1). Незначительное снижение несогласованности целей производителей и потребителей, показанное динамикой показателей- факторов в квадранте 2, способствует запуску проекта на предприятии-изготовителе продукции. Значительное уменьшение затрат на производство продукции такого типа и увеличение его качества создают возможности достижения зоны консенсуса интересов (квадрант 3). Наконец, осознание потребителем ценности, увеличение масштабов производства высокотехнологичных продуктов и повышение качества управления позволяют достигать и сохранять компромисс интересов в долгосрочном периоде (квадрант 4). Циклическая модель обеспечивает полноту охвата этапов методами регулирования уровня баланса интересов, показанных стрелками. На слайде 8 представлена динамика факторов коммерциализации в гипотезе жизненного цикла. Для достижения и сохранения главного показателя-свойства уровня баланса интересов (УБ) в зонах консенсуса и компромисса (квадранты 3,4) показатели-факторы качества продукции и управления процессом коммерциализации должны регулироваться. Это следует осуществлять соответствующими методами на указанных этапах. Гипотеза циклических изменений уровня баланса показана кривой 3. Она определяется как средняя величина изменений факторов по кривым 1 и 2. На слайде 9 представлен разрабатываемый комплекс методов, который должен реализовываться в методике, учитывающей прямые и обратные связи формируемого механизма управления коммерциализацией высокотехнологичных продуктов. Организационно-экономические факторы учитываются производителем такой продукции, а технико-технологические отражают потребительские требования. Они определяют содержание дополнительных функций и показателей качества управления. *Третье положение, выносимое на защиту* (слайды 10, 11) обосновывает расширение состава и конкретизацию функций управления и показателей качества их выполнения производителем продукции. Показатели позволяют учесть организационно-экономические и технико-технологические факторы качества производства и продуктов. Показатели слу-

жат регуляторами снижения дисбаланса интересов. На слайде 12 представлены связи участников процесса, факторов, функций управления и показателей качества результатов функционирования комплекса предприятий-производителей и потребителей. В исследовании предложена конкретизация структуры комплекса предприятий как объединения трех групп участников рынка высокотехнологичных инновационных продуктов. Комплекс отличается возможностями согласования их взаимодействия с использованием связей информационно-коммерческого вида и специального механизма регулирования. Направленность учета факторов и воздействия показателей на слайде 13 отражает линейный процесс взаимосвязи трех их групп, соответствующих указанным участникам процесса в комплексе производителей и потребителей продуктов. Организационно-экономическая группа влияет на возможности предприятий-производителей в уменьшении затрат на единицу продукции по показателям X_{ijoz} (представлены полем 2). Факторы качества управления коммерциализацией в оценке индексов качества $ИК_j$ отображены полем 3. Техно-технологическая группа факторов учтена показателями качества продуктов X_{ijtg} , оцениваемыми потребителем – поле 1. Это определяет содержательно-линейную модель процесса повышения качества управления коммерциализацией. Указаны этапы минимального (а), среднего (б) и максимального (в) уровней баланса интересов согласованием показателей качества производства продукции и управления j по этапам 1,2 и 3,4 циклической модели. **Четвертое положение новизны** (слайд 14) состоит в разработке дополнительных критериев, функций качества управления и показателей их применения для регулирования качества производства и продуктов. Дополнительные функции распределены по этапам циклической модели для производителей и потребителей таких продуктов. Например, функция УН – функция проактивного реагирования на изменения организационно-экономических факторов баланса интересов («управления надежностью взаимоотношений» УН) предприятия-производителя. Показатель функции X_{11} – количество мероприятий по стимулированию высокоинновационной деятельности предприятия (слайд 10). Для потребителей продукции – функция УК (слайд 11) – управление устойчивостью процесса коммерциализации по технико-технологическим факторам обеспечения потреби-

тельских требований эффективности и показатель X_{29} – количество нормативов экологического благополучия как целевых или лимитирующих показателей, учитываемых в проектах коммерциализации высокотехнологичных продуктов. Для дополнения критериев оценки качества управления коммерциализацией предложены показатели дисбаланса интересов производителей и потребителей (слайд 15). Оценку показателей предлагается осуществлять при помощи содержательно-индексной модели оценки индексов качества по каждому этапу жизненного цикла и изменений уровня баланса интересов в комплексе предприятий (индекс КМ). Для увеличения управляемости процессов взаимодействия должны устанавливаться плановые значения качества производства и продуктов $X_{\text{предп } ij}^{\text{пл}}$ и $X_{\text{потреб } ij}^{\text{пл}}$ в сравнении с фактическими $X_{ij}^{\text{ф}}$. Аналогично можно задавать плановые величины качества управления $ИК_{j}^{\text{пл}}$ (по каждой функции управления j). На слайде 16 представлено подтверждение ранее предложенной гипотезы изменений результирующего показателя-свойства уровня баланса интересов в комплексе предприятий-производителей и потребителей от времени. Обоснован выбор математического метода оценки и планирования главного показателя-свойства уровня баланса интересов комплекса предприятий (УБ_{КМ}) с помощью экспоненциальной функции, показанной на этом слайде. Область определения функции ограничивается закрытым интервалом $[0 - 1]$. Непрерывность функции позволяет провести более глубокий анализ действия факторов и показателей качества управления. Установлено влияние времени на результирующий показатель-свойство «уровень баланса» УБ. Интерпретация величины t как времени регулирования по обратным связям 1 и 2 на изменения факторных показателей качества управления коммерциализацией объясняет характер кривых 1 – 4. Практическая неизменность кривой 2 во времени возможна при изначально приемлемом значении $УБ_{КМ}=a$ либо при низком качестве управления. Характер и темпы роста показателя-свойства УБ, по кривым 3,4 действительно подтверждают достоверность гипотезы жизненного цикла и выбора вида функциональной зависимости в экспоненциальной математической модели. Верификация при помощи содержательно-индексной модели по формулам подтверждает приемлемое качество ($ИК_{К}^{\text{ф}} = 0,45$ и $УБ_{К}^{\text{ф}} = 0,65$ соответствуют зоне компромисса интересов). На слайде 17 представлено исследование качества

применения дополнительных функций управления b_1 и b_2 от времени t . Обоснована их интерпретация по учету организационно-экономических и технико-технологических факторов дисбаланса. За сравнительно небольшой период управления t , соответствующий $t=0,6$, результативность управления коммерциализацией снижается. Об этом свидетельствует рис. – а. Преимущественное действие базовых функций не обеспечивает должного результата управления коммерциализацией в долгосрочном периоде времени. Включение в механизм управления дополнительных функций ($b_2=0,2$; $b_2=0,4$) уменьшает темпы снижения параметра b_1 . Понижительная тенденция в динамике параметра b_1 , учитывающего организационно-экономические факторы качества производства, подтверждает действие используемых управленческих и экономических закономерностей и гипотезу исследования. Значительный период времени, оцениваемый $t = 0,4 - 1,0$ соответствует срокам, когда можно совершить маркетинговые действия по информированию потребителей о продукте, обучить персонал новым методам и технологиям управления коммерциализацией (зона действия функций b_2 заштрихована на рис. – б). Нахождение зависимости 3 целиком в зоне отрицательных величин параметра b_2 интерпретирует то, что при высоком уровне баланса интересов $y_{0,5,6}$ не требуется применения дополнительных функций управления коммерциализацией. Это означает также достаточность применения существующих базовых функций и функций, учитывающих организационно-экономические факторы на уровне минимальных значений параметра b_1 у производителя продуктов типа ВТИ. Подобное возможно при низких степенях инновационности и невысоких требованиях потребителей к их качеству. Менее удачные процессы коммерциализации на этапах 3, 4 цикла означают уменьшение начальных уровней $y_{0,5,6}$ во 2-цикле. Расчеты по содержательно-индексной модели подтверждают достижение компромисса интересов. ***Пятое положение научной новизны, представленное на защиту*** на слайде 18 раскрывается разработкой алгоритма оценки качества и эффективности управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования дисбаланса интересов. Он отражает применение методики оценки качества управления при определении экономической эффективно-

сти применения результатов исследования для реализации практических рекомендаций по управлению коммерциализацией.

Для повышения уровня организации деятельности и реализуемости проектов коммерциализации рекомендуется дополнить известный инструментарий стратегического управления (слайд 19). Для выбора по показателям качества управления процессами коммерциализации, например, по параметрам известной карты стратегических групп можно уточнить показателями уровня баланса интересов, индексов качества функций управления согласованной деятельностью производителей и потребителей. Это позволит учесть связь конкурентных позиций предприятия с этапами предлагаемого в работе цикла баланса интересов в условиях высокотехнологичного развития. На слайде 20 предложены рекомендации по выбору структуры управления коммерциализацией, соответствующей стратегическим планам. Обоснованы, например, сетевые структуры управления при низких величинах индексов качества управления, когда слабо воздействие дополнительных функций регулирования структур и стиля лидерства на процессы обеспечения соответствия характеристикам этапа цикла коммерциализации. В то же время, при высоких их значениях, когда ИК находится в интервале $0,67 \div 1,0$, целесообразны структуры линейно-функционального типа. **Апробация** разработанного алгоритма слайд 21 проведена на примере разработки и реализации проекта коммерциализации высокотехнологичного продукта высокого уровня инновационности. Выявлены расширенные возможности её применения в условиях предприятия ООО «ПЛАНАР» на основе циклического использования алгоритма для достижения компромисса интересов.

Таким образом, предложенный в работе теоретико-методический и прикладной инструментарий содействует повышению качества и эффективности процесса управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей. На этом я заканчиваю свой доклад, благодарю за внимание и готова ответить на ваши вопросы.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо Вам за содержательный доклад. Вопросы, пожалуйста, коллеги.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: У меня уточняющий вопрос по терминологии – слайд 4, пожалуйста, Вы дали определение коммерциализации высокотехнологичных инновационных продуктов, непременным условием которого является получение прибыли от продажи. Означает ли это, что если на рынок выводится высокотехнологичный продукт продажи есть, а прибыли ещё нет, коммерциализации тоже ещё нет?

Циплакова Е.М.: Прибыль является обязательным показателем при коммерциализации. Но не только для предприятия, но и для разработчика данного продукта.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: Понятно. Имеется ввиду прибыль за весь жизненный цикл этого продукта или прибыль по этапам продаж. Очень часто бывает так, что инновационный продукт, который выдвигается на рынок, на первых этапах может быть убыточным. Как прибыль может быть обязательным условием?

Циплакова Е.М.: Это не обязательное условие – прибыль.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: Ну как не обязательное? Вы только что сказали, что прибыль – обязательное условие. Как-то я Вас запутала или что?

Циплакова Е.М.: Да, я так утвердительно ответила, имея в виду весь период коммерциализации.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: А что тогда? То есть я спросила так, если продажи есть, а прибыли ещё нет именно потому, что у Вас так сформулировано определение, могу ли я считать, что в этом случае коммерциализация имеет место быть, либо нет? Если я продаю в убыток, то нет коммерциализации?

Циплакова Е.М.: Нет, коммерциализация как процесс не зависит от прибыли.

Д.э.н., профессор Баев Л.А.: А прибыль от коммерциализации?

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Попутный вопрос, если она не зависит от прибыли, то зачем она тогда нужна? Ведь ничего не будет. Коммерциализация сопровождается определенными затратами при продвижении, например, маркетинг и всё что хотите, а прибыли нет, зачем мне нужна эта коммерциализация, я только сэкономлю?

Циплакова Е.М.: Коммерциализация заключается в том, что и производитель готов получать прибыль, и потребитель, ведь сама продаваемая идея таковой прибылью не является.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: Но ведь речь наверное идет о разработке. Ведь прибыль может получить продавец, ведь об этом идёт речь.

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Ну и потом, извините, управление коммерциализацией, любое управление имеет целевую функцию, здесь коммерциализация – процесс. Вы так понимаете, мы по другому, какая целевая функция коммерциализации? Просто продать и больше ничего или получить согласие потребителя и больше ничего. Вы же управляете, управление обязательно предусматривает какой-то критерий, по которому Вы оцениваете качество управления, эффективность управления.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: Можно уточняющий вопрос. Работа очень интересная. На слайде 12 три лица, чьи интересы Вы балансируете, я может быть прослушала, третий это кто? Первый – потребитель, полностью согласна. Второй – производитель и есть ещё лица, принимающие решения. Расшифруйте, пожалуйста, то что здесь написано, пожалуйста, поясните.

Циплакова Е.М.: Участник три – это лица, принимающие решения на предприятии, как правило, это руководители.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: То есть внешнюю среду вообще не затрагивали в это случае, ну там, например, государственное регулирование, институциональную среду, которая играет колоссальную роль в успехе, вообще в процессах инновационных разработок и коммерциализации их результатов.

Циплакова Е.М.: Мы это учитываем.

Д.э.н., профессор Вайсман Е.Д.: Каким образом?

Циплакова Е.М.: У нас рассмотрено три группы факторов, b_1 – это организационно-экономические и b_2 – технико-технологические и управление качеством управления коммерциализацией. Суть работы состоит в том, что управление коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов предполагает определение интересов как желаемое состояние выхода из системы.

Д.э.н., профессор Лутовинов П.П.: Можно мне вопрос в развитие этого? А государство принимает участие в согласовании интересов производителей и потребителей?

Циплакова Е.М.: В данном случае мы рассматривали производителей продукции – это предприятие и потребителя продукции.

Д.э.н., профессор Лутовинов П.П.: Ну, а государство может влиять на этот процесс балансировки интересов. Один продает, другой покупает. Ну, а если, например, НДС как показатель, чтобы было выгодно покупать, инновационная продукция может освобождаться от этого налога государством?

Циплакова Е.М.: Может, конечно. Баланс интересов в данной работе можно понимать как результат регулируемого взаимодействия трех участников – это производители, потребители продукции и лица, принимающие решения – это руководители на предприятии.

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Пожалуйста, ещё вопросы коллеги. Коркина Татьяна Александровна.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Скажите, пожалуйста, вот по цели, у Вас в цели обозначено разработка методических основ для повышения эффективности взаимодействия производителя и потребителя. А кому надо повышение эффективности и взаимодействия. Вы для кого эту работу сделали?

Циплакова Е.М.: Ну, во первых, это нужно для предприятия.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Для какого предприятия?

Циплакова Е.М.: Для инновационного предприятия.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: То есть для производителя?

Циплакова Е.М.: Для производителя.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Отсюда вытекает вопрос следующий. Зачем потребителю согласовывать свои интересы с производителем? Вы же про баланс говорите. Здесь два участника всегда как минимум, речь ещё идет про третью сторону.

Циплакова Е.М.: Что такое баланс интересов? Это результат регулируемого взаимодействия.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Кто регулирует?

Циплакова Е.М.: Регулируют и предприятия, и потребители продукции.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Потребитель зачем регулирует, он купил то, что ему надо за наименьшие деньги.

Циплакова Е.М.: Для нас очень важны технико-технологические факторы, к примеру, надежность продукции, эксплуатационные качества продукции, цена очень важна для потребителя.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Нашел на рынке самую дешевую самую качественную?

Циплакова Е.М.: Но ведь у нас речь идет о высокотехнологичных инновационных продуктах.

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Это существенно кстати.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Другой вопрос. На стр. 12 автореферата: у Вас изучение опыта управления коммерциализацией показало, что есть чрезмерно быстрый рост затрат на согласование интересов. Что Вы изучали и как считали затраты на согласование интересов?

Циплакова Е.М.: В данной работе были разработаны функции, зависящие от факторов двух групп, организационно-экономические факторы и технико-технологические факторы. Организационно-экономические – это характеристики предприятия, возможности предприятия, технико-технологические – это наши потребительские требования.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Затраты на согласование интересов?

Циплакова Е.М.: Были разработаны функции с учетом этих факторов. Разработаны ещё показатели управления качеством.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Вы на какой статистической базе, учетной базе, на базе какого информационного массива это делали?

Циплакова Е.М.: Функции были разработаны на базе статистических данных данного предприятия, на котором проводилась апробация с учетом возможностей данного предприятия.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Спасибо, я поняла. И уточняющий вопрос. Вот у Вас на большинстве графиков время в долях единиц. Поясните что Вы имели в виду?

Циплакова Е.М.: Время было взято по шкале Харрингтона. Мы предполагаем, что данный продукт рассматривается малое время, среднее время и

длительное время. Так как речь идет о высокотехнологичных инновационных продуктах, то длительный период времени это не более четырех лет (предполагалось в данной работе). Я при расчете проекта коммерциализации учитывала три года.

Д.э.н., профессор Коркина Т.А.: Спасибо.

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Неживенко Елена Алексеевна.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: Я, конечно, уже напрашиваюсь на дискуссию, но я думаю, что многие вопросы связаны с тем, что не раскрыта суть разнообразия высокотехнологичных инновационных продуктов, потому что, и отрасли разные, и типы этой продукции разные, а соответственно, и потребители разные и соответственно, методы согласования интересов разные. Я к вопросу об интересах. На слайде 5 Вы приводите дополнительные классификационные признаки согласования интересов. Это высокий уровень, средний уровень и низкий уровень. Скажите, пожалуйста, каковы критерии отнесения к этим группам различных интересов, на сколько я понимаю и какие показатели оценки интересов Вы использовали для того, чтобы отнести в соответствующую группу?

Циплакова Е.М.: В данной работе рассматривались три группы продуктов, это низко – инновационные продукты, средней новизны и высокотехнологичные продукты. В зависимости от степени инновационности были рассмотрены критерии.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: Критерии отнесения интересов к высокому уровню согласованности, среднему уровню согласованности и дисбалансу интересов. Как Вы интересы классифицировали? Разный уровень согласования интересов. Критерии отнесения?

Циплакова Е.М.: Уровень согласованности интересов я меряла с использованием функций управления.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: Управление чем, интересами?

Циплакова Е.М.: Согласованностью интересами.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: Для того, чтобы их согласовывать и использовать соответствующую функцию управления нужно сначала оценить степень согласованности. Как Вы степень согласованности измеряли?

Циплакова Е.М.: В моей работе представлена гипотеза и матрично-циклическая модель методов. Она предполагает четыре этапа коммерциализации. Модель учитывает в зависимости от уровня инновационности каждого этапа по критерию компромисса – это идеальное состояние высокотехнологичных инновационных продуктов, консенсус и дисбаланс интересов и конфликт интересов.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: А что такое интерес, как Вы понимаете данную категорию, это понятие?

Циплакова Е.М.: Интерес это осознанное ожидание потребителя продукции.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: Есть ещё интерес производителя? А это что такое?

Циплакова Е.М.: Интерес производителя это повышение качества продукта при минимальных затратах и, конечно же, получение прибыли.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: Как согласуются интересы производителя и потребителя?

Циплакова Е.М.: Согласуются по двум группам факторов организационно-экономическим для производителя и технико-технологическим для потребителя продукции.

Д.э.н., профессор Неживенко Е.А.: Спасибо.

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Пожалуйста, профессор Лутовинов.

Д.э.н., профессор Лутовинов П.П.: Вот скажите, пожалуйста, слайд 17 давайте посмотрим, как строились эти графики. Как вот эти зависимости определялись? Хотя бы исходные параметры b_1 и b_2 количественно Вы же их тут определяете? Исходные позиции.

Циплакова Е.М.: В работе две экономико-математические модели – это содержательно-индексная модель и модель экспоненциального типа. По содержательно-индексной модели были определены фактические уровни, уровень баланса интересов и индекс качества и проведена верификация по содержательно-индексной модели. По экспоненциальной функции были построены данные графики в зависимости от параметров b_1 – это организаци-

онно-экономические факторы от времени и параметра b_2 также от времени t по экспоненциальной функции.

Д.э.н., профессор Лутовинов П.П.: А всё таки именно такой характер зависимости откуда оказался? Графики были построены по точкам фактического анализа?

Циплакова Е.М.: Были заданы параметры исходные и в зависимости от данных параметров были построены графики.

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Пожалуйста, вопросы. Юлия Владимировна.

Д.э.н., профессор Бабанова Ю.В.: Вы много внимания в работе уделяете параметру качества, но на самом деле понимание качества у производителя и потребителя оно разное. У меня первый вопрос. Как Вы оцениваете, что подразумеваете под качеством? Согласуете ли их изначально между собой. И второй вопрос. У Вас на 5-м слайде закрывающе-открывающий уровень качества. Может как-то свяжите их между собой? Что это такое?

Циплакова Е.М.: У нас речь идет о высокотехнологичных инновациях. Поэтому мы данный продукт рассматриваем в расширенном диапазоне качества: высокого качества и низкого качества. Низкого качества – это базовые инновации, средние инновации – это закрывающе-открывающие инновации и высокотехнологичный продукт – это инновации уже с использованием патентов, высоких технологий.

Д.э.н., профессор Бабанова Ю.В.: Пример можете привести.

Циплакова Е.М.: Например, традиционную почту вытеснила интернет почта, как закрывающе-открывающие инновации.

Д.э.н., профессор Бабанова Ю.В.: Хорошо. Спасибо.

Д.э.н., профессор Баев И.А.: Пожалуйста, ещё вопросы. Нет вопросов. Закончили. Уважаемые коллеги с Вашего позволения перерыва делать не будем. Будем дальше работать. Слово предоставляется научному руководителю Алабугину Анатолию Алексеевичу.

Д.э.н., профессор Алабугин А.А.: Излагает содержание отзыва (отзыв прилагается).

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо. Есть ли вопросы к научному руководителю? Вопросов нет. Слово предоставляется ученому секретарю совета, д.э.н., профессору Бутрину А.Г. для оглашения отзывов, находящихся в деле соискателя.

Ученый секретарь совета, д.э.н., профессор Бутрин А.Г.: В деле имеется заключение кафедры «Международный менеджмент», факультета «Международный», на котором выполнялась данная работа. Отмечается в заключении: список присутствующих, которые слушали обсуждение диссертации и автореферата на соискание ученой степени кандидата наук Циплаковой Евгении Михайловны; перечень выступивших коллег; отмечена актуальность и направленность исследования; личное участие автора в получении научных результатов; развернута степень достоверности публикаций; научная и практическая значимость, ценность научных работ соискателя и положительный вывод: диссертация «Управление коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей» Циплаковой Евгении Михайловны рекомендуется к защите на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 (управление инновациями). Список опубликованных трудов в приложении к заключению.

В деле имеется отзыв ведущей организации – Челябинского государственного университета, составленный зав. кафедрой менеджмента д.э.н., доцентом Головихиным С.А., подписанный ученым секретарем Вардугиной Г.С., утвержденный Проректором по научной работе к.ф.м.н., профессором Бучельниковым В.Д. Зачитываются основные положения отзыва (отзыв прилагается). В отзыве имеются замечания:

1. Из матрично-циклической модели управления коммерциализацией (с.53) не понятно, как этапы и содержание модели определяют характеристики продуктов в жизненном цикле изменений уровня баланса интересов производителей и потребителей.

2. Гипотеза исследования обосновывает выбор метода оценки и планирования уровня баланса интересов с помощью экспоненциальной функции в зависимости от периода коммерциализации (t) (с.86). Не ясно, какой период

времени учитывается при коммерциализации. Следовало бы точнее определить периоды времени, соответствующие этапам модели.

3. Автором даны рекомендации по усилению влияния технико-технологических и организационно-экономических факторов в зависимости от этапа цикла коммерциализации на результирующий показатель уровень баланса интересов производителей и потребителей (с. 99-106). Не ясно, за счет каких факторов происходит повышение качества высокотехнологичных инновационных продуктов для потребителя.

Очевидно, что указанные замечания не снижают общей значимости исследования, выполненного соискателем.

На автореферат поступило 7 отзывов. Все отзывы положительные. Поэтому прошу разрешить совет зачитывать лишь замечания. Все за.

1. Первый отзыв – д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия и предпринимательства ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» Чеберко Е.Ф. Замечания: в автореферате не указаны возможности и особенности использования разработанных подходов применительно к оценке качества управления коммерциализацией низко инновационных продуктов;

2. Второй отзыв – д.э.н., заведующий кафедрой экономики и организации энергетического и транспортного комплексов института управления бизнес-процессами и экономики ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет» Кашина Е.В. Замечания: не ясна взаимосвязь предложенных дополнительных функций с факторами. Отсутствует в автореферате многомерная матрица по выбору стратегий инвестирования, учитывающая этапы цикла и условия компромисса интересов;

3. Следующий отзыв – д. э. н., профессор, зав. кафедрой бухгалтерского учета и финансов ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный аграрный университет» Балабайкин В.Ф. Замечания: дополнительные функции и показатели оценки качества управления коммерциализацией инновационных продуктов недостаточно полно представлены в тексте автореферата;

4. Следующий отзыв – д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономики и управления проектами ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический

университет» Симионова Н.Е. Замечания: на рис. 3 не ясно, какие функции относятся к базовым функциям управления. В автореферате не представлена многомерная матрица выбора стратегий инвестирования. Важным аспектом проблемы коммерциализации инноваций является угроза потери финансовой устойчивости предприятия при активной инновационной деятельности, что не нашло отражения в работе;

5. Следующий отзыв – д.э.н., доцент, профессор кафедры «Экономика» ОУП ВО Уральский социально-экономический институт (филиал) Академии труда и социальных отношений Киреева Н.В. Замечания: на стр. 5 автореферата автор перечисляет общенаучные методы исследования, используемые в работе: индукция и дедукция, обобщение, формальная логика, аналогия, классификация. Нужно отметить, что формальная логика не является самостоятельным методом исследования, а представляет собой науку, которая изучает формы и методы мышления, среди которых, в том числе, фигурируют названные автором индукция и дедукция, обобщение, аналогия и классификация;

6. Следующий отзыв – д.э.н., профессор, директор Екатеринбургского Филиала АО «ГСК Югория» Орлов С.Н. Замечания: автор рассматривает в автореферате управление коммерциализацией только для высокотехнологичных инновационных продуктов, не показывая их удельный вес в общем объеме ВВП. Из рис.1 не вполне ясно, почему по векторам оборота после второго этапа коммерциализации следует этап четвертый, а затем третий? Рис. 2 требует пояснения, за счет каких элементов затрат в себестоимости высокотехнологичных продуктов происходит понижение кривой уровня затрат? На стр. 22 указано «Предложены рекомендации по выбору структуры управления коммерциализацией, соответствующей стратегическим планам», однако информации о самих рекомендациях, представляющих интерес для практической реализации результатов работы, не представлено;

7. Последний отзыв – к.э.н., доцент кафедры «Экономика промышленности и производственный менеджмент» ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет» Тихонов В.С. Замечания: в автореферате детально не отражены сферы промышленного производства, в которых воз-

можно применение предлагаемых авторских разработок и механизмов управления коммерциализацией инновационных продуктов.

И две справки. Справка о внедрении результатов в учебный процесс, подписанная деканом факультета «Экономика и управление» Баевым И.А., утверждена проректором по учебной работе ЮУрГУ Шмидтом А.В. о внедрении в ученый процесс при чтении определенных дисциплин. И справка с предприятия ООО «ПЛАНАР» подписанная директором Заостровных С.А., о принятии результатов работы ко внедрению на данном предприятии.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо, Андрей Геннадьевич. Евгения Михайловна, ответьте, пожалуйста, на замечания, содержащиеся в отзыве ведущей организации и замечания, содержащиеся в отзывах на автореферат.

Циплакова Е.М.: В целом хочется поблагодарить специалистов ведущей организации за детальное изучение представленной работы и ее результатов, а также за положительный отзыв.

Что хочется сказать в ответ на замечания.

По первому замечанию: этапы и содержание матрично-циклической модели управления коммерциализацией продуктов типа ВТИ определяют характеристики жизненного цикла изменений уровня баланса интересов производителей и потребителей. Циклическая модель обеспечивает полноту охвата этапов в направлениях изменений уровня баланса интересов, показанных стрелками. Регулируемость изменений по этапам цикла возможна при циклической реализации комплекса методов в механизме управления.

По второму замечанию: обоснованность рассматриваемого вида функций $y = f(t)$ для описания действия механизма управления коммерциализацией основана на результатах обработки экспертно-статистических данных, описывающих инновационные процессы коммерциализации.

По третьему замечанию: анализ опыта развития показывает, что стремление сохранить стабильность любой ценой часто приводит к быстрым, неуправляемым и нежелательным изменениям. При этом последствия бывают катастрофическими. Желательно в управлении коммерциализацией учесть

преобладающую нацеленность разных факторов на баланс интересов производителей и потребителей.

Необходим учет дифференцированных факторов согласования интересов производителей и продукции типа ВТИ и ценностей её потребителей в расширенном диапазоне качества и инновационности продуктов. Гибкое управление является целью субъектов управления, достигаемой методами максимального согласования действия трех групп главных факторов баланса интересов в комплексе производителей и потребителей продукции: организационно-экономических, влияющих на возможности предприятий-производителей в уменьшении затрат на единицу продукции типа ВТИ; качества управления коммерциализацией с учетом всех факторов; технико-технологических характеристик качества продукции.

В ответ на замечания, содержащиеся в отзывах на автореферат, можно сказать следующее. Я благодарна всем ученым и специалистам, откликнувшимся на просьбу об оценке, представленной в автореферате работы.

С замечанием Тихонова В.С. согласна. Ответы на замечания Симионовой Н.Е.: в базовый набор включаются функции управления по направлениям: основной операционной деятельностью по выпуску продукции, работ или услуг; бухгалтером; техническим и социальным развитием; маркетингом; разработкой и реализацией стратегий; финансами; консультационной деятельностью; персоналом; продажами или реализацией; экономикой и т.д. Многомерная матрица не вошла в автореферат вследствие ограниченного объема. Ответы на замечания Кашиной Е.В.: три группы факторов. Исходя из факторов в работе представлены показатели качества управления коммерциализацией. Ответ на замечания Киреевой Н.В.: согласна. Ответы на замечания Чеберко Е.Ф.: что касается оценки качества управления коммерциализацией низко-инновационных продуктов, то достаточно применять только существующие базовые функции управления. Ответы на замечания Орлова С.Н.: признаем как опечатку. Структура затрат не рассматривалась. Это не входило в задачи исследования. Что касается рекомендаций, то они представлены в диссертационном исследовании. Ответы на замечания Балабайкина В.Ф.:

технически не возможно отразить все дополнительные функции и показатели качества в автореферате.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо. Переходим к выступлению оппонентов. Слово предоставляется первому официальному оппоненту, Зубковой Ольге Владимировне, доктору экономических наук.

Доктор экономических наук, Зубкова О.В.: Излагает содержание отзыва, дает положительную оценку диссертационной работы и высказывает замечания (отзыв прилагается).

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо, Ольга Владимировна. Евгения Михайловна, ответьте на вопросы Ольги Владимировны.

Циплакова Е.М.: Ольга Владимировна, благодарю Вас за большую проделанную работу и ответить на замечания.

По первому замечанию: с ростом уровня инновационности продуктов на успех их коммерциализации влияют именно эти факторы. Это связано с ситуацией нестабильности среды в современных условиях.

Что касается второго замечания, признаём как опечатку.

Что касается третьего замечания, не входило в задачи вдаваться в структуру затрат. В исследовании таковыми являются технико-технологические факторы. Их влияние учитывается применением таких показателей как, например, 9.3- количество или степень учтенных потребительских требований по цене продукта типа ВТИ. Показатель 9.5- степень или количество учтенных потребительских требований по надежности работы продукта типа ВТИ.

Что касается замечания четвертого, согласна, что формулировка не вполне точна.

Что касается замечания пятого, показатель 11.1 – по данным статистики предприятия за три года (по количеству успешно реализованных инновационных проектов. Показатель 11.7 – согласны с неточной формулировкой показателя в его первой части: практически учитывается количество мероприятий (семинаров, совещаний) по согласованию инновационных проектов.

Спасибо большое уважаемому оппоненту.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Ольга Владимировна, Вы удовлетворены ответами соискателя?

Доктор экономических наук, Зубкова О.В.: Да, вполне.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо! Слово предоставляется второму ученому оппоненту Осташевскому Сергею Михайловичу, к.э.н., зав. кафедрой экономики и финансов Русско-Британского Института Управления.

Кандидат экономических наук, Осташевский С.М.: Излагает содержание отзыва, дает положительную оценку диссертационной работы и высказывает замечания (отзыв прилагается).

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо. Евгения Михайловна, ответьте на замечания Осташевского Сергея Михайловича.

Циплакова Е.М.: Сергей Михайлович, благодарю Вас за большую проделанную работу.

Что касается замечаний, хотелось бы ответить следующее.

Ответ на первое замечание: продукт высокотехнологичный – это продукт, главной характеристикой которого является соединение высоких технологических достижений. Существующие определения недостаточно отражает особенности согласования интересов производителей и потребителей высокотехнологичных инновационных продуктов.

Ответ на второе замечание: пунктирной линией выделено представление об отторжении потребителями уникальных показателей качества продукта (КП). Конфликт интересов, как предельное несоответствие целей экономической эффективности и инновационности развития, условно оценивается отрицательным уровнем качества ($-0,25$ долей ед.).

Ответ на третье замечание: расчет индекса качества для первого этапа по содержательно-индексной модели представлен в диссертации. В автореферат не вошел по причине объема. Расчет по четырем этапам модели представлен в диссертации.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Переходим к дискуссии. Первый поднял руку профессор Лутовинов Павел Павлович.

Доктор экономических наук, профессор Лутовинов П.П.: Хочется ска-

зять, что работа очень актуальна. Оппонент не стал на эту тему распространяться, я немного скажу, вот у Б. Твисса есть такое определение, он говорит: «Инновация – это изобретение, которое получает успех на рынке, а успех на рынке может быть только тогда, когда идёт коммерциализация продукта, а коммерциализация возможна только при согласовании интересов и эти интересы до сих пор очень часто плохо согласуются. У того же Б. Твисса было написано, что в Америке только каждое десятое изобретение получает успех на рынке, то есть внедряется в производство. То же самое у нас сейчас происходит, это кстати показано в работе. В этом плане имеется оригинальный подход автора, комплексный подход, который позволяет количественно измерить эти интересы, нравится, не нравится, покупаем, не покупаем, а тут есть конкретная система показателей как для производителя, так и для потребителя. Я вообще сторонник, когда используется большое количество показателей, чем больше показателей, тем больше информации, тем больше аргументов принятия того или иного решения, если конечно показатели правильно используются. Но у автора есть методика сведения этих показателей в интегральные, получение соответствующих зависимостей, которые показывают согласование этих интересов и это конечно впечатляет. Я думаю, что работа в целом соответствует установленным требованиям и автор заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук. Но хочу сказать, есть замечания, скорее – пожелания на будущее, потому что в работе рассматриваются время как этапы времени, а на самом деле не рассматривается, как я понял из автореферата, жизненный цикл инноваций. На каждом жизненном цикле инноваций есть свои особенности коммерциализации. Об этом немного говорилось в начале и наверное это и застало в какой-то степени в расплах диссертантку, потому что она не рассматривала этот вопрос, но это ей задача на будущее и тогда уже будет другая работа или её или учеников Анатолия Алексеевича, а пока я считаю, что сделано достаточно для того, чтобы присудить ученую степень кандидата экономических наук.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо. Профессор Чернов В.Б.

Доктор экономических наук, профессор Чернов В.Б.: Я с этой работой знаком достаточно длительное время, это ещё началось до предзащиты, процесс был достаточно длительный во времени, мной было высказано достаточно большое количество замечаний по содержанию работы. Евгения Михайловна, большинство из этих замечаний сумела ликвидировать. Касаемо актуальности этой работы, естественно коммерциализация – это один из важнейших этапов в жизни инноваций. Я сейчас провел блиц-опрос коллег: ни в г. Челябинске, ни в г. Екатеринбурге, в УрФУ, ни в Курганском Университете нет специалистов по инновациям, у которых в профиле было бы написано «маркетинг инноваций». Никто не готовит по этому профилю, но я не думаю, что в Перми или, допустим, в других городах до этого кто-то дошёл. А ведь это очень специфическая деятельность. Нужно знать очень особенный рынок инноваций и нужно быть знакомым с технологиями, которые обкатываются в инновациях. Так вот таких специалистов на рынке нет. Мы пока не готовим, а они жизненно необходимы, потому что покупатель и продавец инноваций говорят совершенно на разных языках и друг друга не понимают. Так вот как раз, отвечая на вопрос, кто третий участник, это как раз и есть посредник который может свести интересы продавца и покупателя инноваций. Очень специфическая особенная работа. И касаясь опять таки же влияния институциональной среды. Если будем брать более широкое понятие третий участник – это та институциональная среда, в которой осуществляются инновации. Сами по себе они не могут вот так вот взять и схлопнуться и успешно найти своего покупателя. Работа очень интересная, не всё здесь, к сожалению, показано, не все плюсы доложены соискателем. Я хочу сказать, что работа понравилась несмотря на то, что она носит академико-теоретический характер, но думаю она принесёт пользу.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо. Кто еще желает выступить? У нас есть представитель высокотехнологичных производств. Профессор Ершова И.В.

Доктор экономических наук, профессор Ершова И.В.: Согласно с предыдущими ораторами, на самом деле здесь работа даже не столько в управлении инновациями, правильно сказал профессор Чернов В.Б. Здесь маркетинг

инноваций, в этом есть понятие избыточного качества, я вот уже не стала задавать вопросы по второй части, потому что всех коллег как управленцев и экономистов интересовала первая часть, то есть качество управленческих новых процессов, функций, которые Вы вводите и рассматриваете. Но подозревая, видимо, как сказали нам оппоненты, большая статистика по качеству и на вопрос Елены Алексеевны, как Вы определяете, думаю у Вас вот эта часть техническая она конечно сильно проработана в силу вашего образования. На самом деле такой инструмент очень нужен и даже понятие избыточного нашего качества повышают конкурентоспособность нашей продукции. У нас завышенная надежность, думаю что это ни для кого не секрет, что по многим позициям эти показатели позволили бы снизить себестоимость. У нас очень высокая материалоемкость. У Вас был пример по электродвигателю, я хочу сказать, что материалоемкость и затратность наших электродвигателей не идёт ни в какое сравнение ни то, чтобы там с американскими, но и с чешскими, на которых, предположим, работает наше высокотехнологичное предприятие. Поэтому конечно с этой точки зрения понятие излишнего качества принимается, понятие дополнительных затрат оно стоит как актуальная задача на государственных контрактах, она не решена. У меня были некоторые вопросы именно по оценке неформальных управленческих процессов. И первый вопрос, глядя на Ваши показатели, приведенные в автореферате, что количество работников принято которые разделяют стратегию, количество нормативных актов, количество мер по стимулированию, то есть хотелось бы понять, это процесс предельный, то есть процесс ради самого процесса, либо это природные величины или это какие-то базовые величины? Вы же понимаете, можно количество нормативных актов множить, но не получить эффективного внедрения инноваций. А во вторых, возникает вопрос, а потребителю на сколько это всё интересно, то есть видимо эти факторы просто формируют опосредовано корпоративную культуру и репутацию фирмы, которая становится интересной потребителю. Но вот эта часть, поскольку она ещё раз говорю самая сложная, я бы Вам предложила ещё раз подумать и проработать. Может быть из-за того, что в автореферате не достаточно представлены функции, а приведен только фрагмент и мы, как сказали оппоненты, не смог-

ли оценить всю внутреннюю глубину этого процесса. Я думаю, что оставаясь работать преподавателем в университете, Вы этим самым себе наметите поле дальнейших научных исследований.

Председатель совета, д.э.н., профессор Баев И.А.: Есть еще вопросы, выступления? Нет. Я предоставляю слово Евгении Михайловне. Что Вы можете сказать по тому, как проходила защита, по тому, кто и как делал Вам замечания? Есть ли у Вас замечания?

Циплакова Е.М.: Я хочу выразить свою благодарность Чернову Владимиру Борисовичу, Бабановой Юлии Владимировне, Ташеву Александру Кузьмичу, отсутствующему Горшенину Владимиру Петровичу и всем присутствующим членам диссертационного совета. Я очень Вам благодарна. Спасибо.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Спасибо. Переходим к выбору счетной комиссии. Предлагается избрать в состав счетной комиссии д.э.н., профессора Лутовинова П.П., д.э.н., профессора Галкину Н.В. , д.э.н., профессора Коркину Т.А. Коллеги, нет возражений? Нет. Счетной комиссии можно приступить к сбору бюллетеней.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Слово предоставляет председателю счетной комиссии профессору Лутовинову П.П.

Доктор экономических наук, профессор Лутовинов П.П.: Уважаемые члены диссертационного совета. Протокол 274 заседания счетной комиссии диссертационного совета от 20 октября 2016 года. В составе комиссии Лутовинов П.П., Галкина Н.В., Коркина Т.А. Комиссия избрана для подсчета голосов при тайном голосовании по диссертации Циплаковой Евгении Михайловны. В составе совета 25 человек. Присутствовало 19 членов совета, в том числе по вопросу рассмотрения диссертации, 19. Роздано бюллетеней 19. Осталось не розданными 6. Оказалось в урне 19. Результаты голосования по вопросу о присуждении ученой степени кандидата экономических наук Циплаковой Евгении Михайловны: за – 19, против – нет, недействительных бюллетеней – нет.

Председатель совета, д.э.н., профессор Баев И.А.: Уважаемые коллеги, кто за то, чтобы утвердить результаты голосования? Кто против? Воздержавшиеся? Нет. Спасибо.

Коллеги, переходим к обсуждению проекта заключения.

С корректировками отдельных положений заключения выступили д.э.н. профессор Коркина Т.А., д.э.н., профессор Вайсман Е.Д., д.э.н. профессор Баев И.А.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.298.07 НА БАЗЕ
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» (НИУ)
ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЁНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 20 октября 2016 г. N 274

О присуждении Циплаковой Евгении Михайловне, Российская Федерация, ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертация «Управление коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей» по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)» принята к защите 07 июня 2016 г., протокол № 259 диссертационным советом Д 212.298.07 на базе ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (НИУ), 454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, д. 76, № 105/нк от 11.04.2012 г.

Соискатель Циплакова Евгения Михайловна, 1978 года рождения. В 2004 г. окончила Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет) по специальности «Экономика и управление на предприятии (операции с недвижимым имуществом)».

В период подготовки диссертации соискатель Циплакова Евгения Михайловна работала в ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет) в должности

старшего преподавателя кафедры «Экономика и управление проектами». В настоящее время продолжает работать на той же кафедре, переименованной в кафедру «Экономика промышленности и управление проектами». С августа 2013 г. прикреплена соискателем для подготовки диссертации на кафедре международного менеджмента ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет).

Научный руководитель – доктор экономических наук, доцент Алабугин Анатолий Алексеевич, профессор кафедры управления инновациями в бизнесе ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет).

Официальные оппоненты:

1. Зубкова Ольга Владимировна, доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой экономики Уральского социально-экономического института (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»;

2. Осташевский Сергей Михайлович, к.э.н., зав. кафедрой экономики и финансов ЧОУ ВО Русско-Британский Институт Управления;

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» (г. Челябинск) в своем положительном заключении, подписанном Бучельниковым Василием Дмитриевичем, д. ф-м. н., профессором, проректором по научной работе, указала, что диссертация соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 г., научные положения диссертации позволяют решать задачи развития методологии и совершенствования механизмов управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов, имеющих важное социально-экономическое значение.

Соискатель имеет 18 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации – 18 и 5 работ, опубликованных в рецензируемых научных изданиях согласно перечню ВАК РФ. Получено 2 свидетельства о государственной реги-

страции алгоритмов и программных продуктов. Наиболее значимые научные работы по теме диссертации, полностью раскрывающие основные научные результаты:

1. Алабугин, А.А. Теоретические основы управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по факторам согласования интересов производителей и потребителей /А.А. Алабугин, Е.М. Циплакова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2015 . – Т. 9, №1. – С. 46–53 (0,88 п.л., авт-х 0,8 п.л.)

2. Алабугин, А.А. Формирование механизма управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по факторам согласования интересов производителей и потребителей/А.А. Алабугин, Е.М. Циплакова// Вестник УрФУ. Серия «Экономика и управление». – 2015. – Т. 14, №2. – С. 111–130 (2,38 п.л., авт-х 2,1 п.л.)

3. Алабугин, А.А. Методологические и методические основы управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по факторам согласования интересов производителей и потребителей/А.А. Алабугин, Е.М. Циплакова //Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2015. Т. 9, № 3. – С. 79–85 (0,75 п.л., авт-х 0,6 п.л.).

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1) Балабайкина Владимира Федоровича, д. э. н., профессора, зав. кафедрой бухгалтерского учета и финансов ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный аграрный университет»; отзыв положительный, замечания: дополнительные функции и показатели оценки качества управления коммерциализацией инновационных продуктов недостаточно полно представлены в тексте автореферата; 2) Тихонова Владимира Сергеевича, к.э.н., доцента кафедры «Экономика промышленности и производственный менеджмент» ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»; отзыв положительный, замечания: в автореферате детально не отражены сферы промышленного производства, в которых возможно применение предлагаемых авторских разработок и механизмов управления коммерциализацией ин-

новационных продуктов; 3) Симионовой Н.Е., д.э.н., профессора, зав. кафедрой экономики и управления проектами ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет»; отзыв положительный, замечания: на рис. 3 не ясно, какие функции относятся к базовым функциям управления. Не представлена многомерная матрица выбора стратегий инвестирования. Важным аспектом проблемы коммерциализации инноваций является угроза потери финансовой устойчивости предприятия при активной инновационной деятельности, что не нашло отражения в работе; 4) Кашиной Е.В., д.э.н., заведующей кафедрой экономики и организации энергетического и транспортного комплексов института управления бизнес-процессами и экономики ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»; отзыв положительный, замечания: не ясна взаимосвязь предложенных дополнительных функций с факторами. Отсутствуют в автореферате многомерная матрица по выбору стратегий инвестирования, учитывающая этапы цикла и условия компромисса интересов; 5) Киреевой Н.В., д.э.н., профессора кафедры экономики ОУП ВО Уральский социально-экономический институт (филиал) Академии труда и социальных отношений; отзыв положительный, замечания: на стр. 5 автореферата автор перечисляет общенаучные методы исследования, используемые в работе: индукция и дедукция, обобщение, формальная логика, аналогия, классификация. Нужно отметить, что формальная логика не является самостоятельным методом исследования, а представляет собой науку, которая изучает формы и методы мышления, среди которых, в том числе, фигурируют названные автором индукция и дедукция, обобщение, аналогия и классификация; 6) Чеберко Е.Ф., д.э.н., профессора кафедры экономики предприятия и предпринимательства ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»; отзыв положительный, замечания: не указаны возможности и особенности использования разработанных подходов применительно к оценке качества управления коммерциализацией низко инновационных продуктов; 7) Орлова С.Н., д.э.н., профессора, директора Екатеринбургского филиала АО «ГСК Югория»; отзыв положительный, замечания: автор

рассматривает управление коммерциализацией только для высокотехнологичных инновационных продуктов, не показывая их удельный вес в общем объеме ВВП. Из рис.1 не вполне ясно, почему по векторам оборота после второго этапа коммерциализации следует этап четвертый, а затем третий? Рис. 2 требует пояснения за счет каких элементов затрат в себестоимости высокотехнологичных продуктов происходит понижение кривой уровня затрат? На стр. 22 указано «Предложены рекомендации по выбору структуры управления коммерциализацией, соответствующей стратегическим планам», однако информация о самих рекомендациях, представляющих интерес для практической реализации результатов работы, не представлена.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывался наличием у них публикаций по теме диссертационного исследования, известностью в области проблем исследования, способностью определять научную и практическую ценность диссертаций по аналогичной тематике.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработана новая научная идея управления коммерциализацией, позволившая обогатить научную концепцию согласования интересов производителей и потребителей, сформировать комплекс методов управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов. Это создало условия для повышения точности прогнозирования результатов;

предложен нетрадиционный подход к управлению коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов, отличающийся применением матрично-циклической модели количественной оценки её результатов. Модель позволила изучить новые технико-технологические и организационно-экономические факторы и связи поэтапного процесса коммерциализации;

доказана перспективность дополнения существующих методов регулирования уровня дисбаланса интересов в комплексе предприятий-производителей и потребителей высокотехнологичных инновационных продуктов матричной моделью, которая отличается возможностями выявления

неизвестных связей при регулировании баланса интересов в цикле его изменений по показателям качества и затрат таких продуктов. Использование модели позволило сформировать особый механизм управления, дополненный функциями и показателями качества управления взаимодействием участников процесса коммерциализации по критериям их компромисса;

введены измененные трактовки принципов теории организаций и новое понятие «коммерциализация высокотехнологичных инновационных продуктов закрывающе-открывающего уровня качества», позволяющие интегрировать существующие понятия и методы. Это позволило расширить диапазон оценок качества продуктов по показателям их инновационной уникальности.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны положения по реализации принципов теории организации поэтапным применением дополнительных функций и показателей качества управления балансом интересов в диапазоне его оценок «конфликт-дисбаланс-компромисс и консенсус»;

применительно к проблематике диссертации результативно использованы методы системного анализа, синтеза, сравнения, классификации, экспертные подходы и экономико-математические методы содержательно-индексной оценки, позволившие верифицировать показатели качества управления коммерциализацией, полученные по моделям экспоненциального вида;

изложены этапы и гипотеза повышения качества управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов, предполагающие включение в механизм регулирования методов и показателей качества согласования интересов производителей и потребителей;

раскрыты несоответствия между возможностями существующих методов управления коммерциализацией и целями реализации инноваций на высокотехнологичной основе по показателям согласования интересов производителей и потребителей;

изучены причинно-следственные связи формируемого в исследовании механизма управления коммерциализацией. Они отличаются раскрытием количественных зависимостей уровня баланса интересов и качества управления;

проведена модернизация численных методов, обеспечивающая возможности проверки гипотезы повышения качества управления и достижения компромисса интересов производителей и потребителей. Это позволило получить новые результаты, отличающиеся возможностями прогнозирования оценок экономической эффективности управления коммерциализацией по показателям качества и баланса интересов.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработан и внедрен комплекс методов управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей, используемый: на предприятии ООО «ПЛАНАР» для повышения устойчивости его развития, что подтверждено справкой о внедрении и свидетельствами о государственной регистрации алгоритма и программного продукта; в учебном процессе ФГА-ОУ ВО «ЮУрГУ» (НИУ);

определены целесообразные пределы использования комплекса методов в практике крупных предприятий, формирующих стратегии и организационные структуры развития, позволяющие повысить качество управления коммерциализацией;

создан алгоритм применения разработанного комплекса методов при осуществлении инновационной деятельности на предприятии;

представлены методические рекомендации по повышению качества управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов по обоснованию стратегии и структур управления, оценке эффективности по показателям баланса интересов производителей и потребителей.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория построена с использованием известных положений фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных исследователей в области управления коммерциализацией, теорий организаций и заинтересованных сторон, управления развитием, стратегического менеджмента, экономической теории, социологии, конфликтологии, эконометрики;

идея базируется на анализе и обобщении практики управления коммерциализацией высокотехнологичных инновационных продуктов;

использовано сравнение данных автора по расчету индекса качества управления коммерциализацией и баланса интересов с данными, полученными на основе теоретических походов к регулированию интересов, сбора и анализа статистической и экспертной информации;

установлено, что выводы диссертационного исследования согласуются с основным содержанием работы и результатами, представленными в независимых источниках по данной тематике;

использованы современные методики сбора и обработки исходной статистической и экспертной информации.

Личный вклад соискателя состоит в дополнении теории управления коммерциализацией новым понятием «коммерциализация высокотехнологичных инновационных продуктов закрывающе-открывающего уровня качества»; в расширении состава базовых функций и показателей качества управления; в разработке матрично-циклической модели обоснования методов управления коммерциализацией продуктов в концепции жизненного цикла изменений баланса интересов; в формировании механизма управления коммерциализацией; в разработке алгоритма оценки качества и эффективности управления коммерциализацией и матрицы выбора стратегий управления по показателям уровня баланса и качества управления. Разработаны рекомендации для апробации полученных результатов исследования в деятельности ООО «ПЛАНАР». Циплакова Е.М. лично участвовала в апробации результатов исследования, является автором 5 публикаций в изданиях, определенных ВАК РФ. Основные выводы и положения диссертации докладывались на ме-

ждународных и всероссийских научно-практических конференциях. На результаты, полученные в процессе диссертационного исследования, соискателем получено 2 свидетельства о государственной регистрации алгоритмов и программных продуктов.

На заседании 20.10.2016 г. диссертационный совет принял решение присудить Циплаковой Е.М. ученую степень кандидата экономических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 19 человек, из них 19 докторов экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством», участвовавших в заседании, из 25 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за присуждение учёной степени -19, против присуждения учёной степени -нет, недействительных бюллетеней -нет.

Председатель совета д.э.н., профессор Баев И.А.: Я имею все основания, в соответствии с существующим положением ВАК, поздравить Вас, Евгения Михайловна, с присуждением ученой степени кандидата экономических наук нашим советом и пожелать Вам дальнейших успехов.

Председатель
диссертационного совета

Баев Игорь Александрович

Учёный секретарь
диссертационного совета

Бутрин Андрей Геннадьевич

Дата оформления заключения 20 октября 2016 г.

