

3 Гузь, Н.А. Особенности финансового механизма государственных корпораций в российской федерации / Н.А. Гузь // Экономический рост: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей II Международной науч-но-практической конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2018. – С. 86-91.

4 Ильин, С.Ю. Корпоративные финансы в современных условиях хозяйствования / С.Ю. Ильин, Г.Я. Остаев, Г.С. Клычова // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2020. – Т. 15, № 4 (60). – С. 102-107.

5 Леонтьев, В.Е. Корпоративные финансы: учебник для академического бакалавриата / В.Е. Леонтьев, В.В. Бочаров, Н.П. Радковская. – М.: Юрайт, 2019. – 354 с.

6 Никерясова В.В. Управление корпоративными финансами в структурно-многоотраслевой компании / В.В. Никерясова // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 2. – С. 77-80.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Токарев Иван Владимирович¹
Самарский университет г. Самара

Аннотация. В статье рассмотрена эффективность внедрения инновационных инструментов в предпринимательскую деятельность. Одним из ключевых факторов успешного предприятия является его своевременное реагирование даже к самым малейшим изменениям на рынке. Для достижения наиболее благоприятной восприимчивости к изменениям, предприятию необходимо постоянно совершенствовать не только выпускаемую продукцию, но также и способствовать нововведениям в процессы производства, менеджмента, маркетинга. В статье выделены результаты данной деятельности, необходимые условия для развития инновационных инструментов и приведены несколько примеров характеризующих их успешное внедрение. Также, был произведён сравнительный анализ данной деятельности в предпринимательском сегменте между 2010 и 2020 годами в РФ.

¹Студент 4 курса бакалавриата Института экономики и управления Самарского университета. Научный руководитель: Манукян М.М., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики инноваций Самарского университета.

Ключевые слова: предприятие, инновации, эффективность, управление, предпринимательская деятельность, менеджмент, инновационные инструменты, рынок, продукт.

THE USE OF INNOVATIVE MANAGEMENT TOOLS IN BUSINESS ACTIVITIES

Tokarev I.V.

Samara University, Samara

Abstract. The article considers the effectiveness of the introduction of innovative tools in entrepreneurial activity. One of the key factors of a successful enterprise is its timely response to even the slightest changes in the market. In order to achieve the most favorable susceptibility to changes, the company needs to constantly improve not only its products, but also contribute to innovations in the processes of production, management, marketing. The article highlights the results of this activity, the necessary conditions for the development of innovative tools and provides several examples characterizing their successful implementation. Also, a comparative analysis of this activity in the business segment between 2010 and 2020 in the Russian Federation was carried out.

Keywords: enterprise, innovation, efficiency, management, entrepreneurship, management, innovative tools, market, product.

В современном понимании инновационная деятельность не ограничивается одним лишь влиянием на конечный продукт. Это значит, что предприятию не столько важно производить какой-либо новый уникальный продукт, сколько внедрять в процессы производства, управления и распространения – инновационную составляющую. [1] Проанализировав современные тенденции менеджмента в предпринимательском секторе, можно сделать вывод, что всё чаще компании используют целый ряд всевозможных нововведений в своей деятельности, которые позволяют выйти им на абсолютно другой уровень и тем самым завладеть преимуществом на конкурентном рынке.[2]

Таким образом, определение инновационных инструментов может выглядеть так – это факторы управления в каких-либо сферах деятельности фирмы, эффект которых будет выявлен только при достижении долгосрочной эффективности их функционирования при успешной адаптации к внешней среде рынка.[3]

Инновационный менеджмент способен повлиять на всё предприятие в целом. В результате анализа было выявлено несколько ключевых сфер

деятельности, через которые ИМ способен оказывать наибольшее влияние: управление специфическими (новыми для предприятия) средствами производства, ресурсами; определение инновационных видов деятельности; управление сетевым взаимодействием; управление комплексными объектами (составление портфеля, разработка новых проектов и программ); определение интеллектуальной собственности компании и т.д.

Таким образом, если предприятие имеет огромный масштаб с сетью разработчиков, дистрибьюторов и потребителей, то этой организации необходимо налаживание сетевого взаимодействия, так как именно на данном этапе у сторонних субъектов рынка проявляется максимальный интерес к партнёрству, кооперации и возможному дальнейшему сотрудничеству; у работников предприятия появляется более объёмное поле возможностей и взаимодействия, если есть какой-либо сетевой соединяющий кластер; распределение ресурсов по основным фондам становится намного проще благодаря компьютеризации данного процесса. [4]

Каждая инновация имеет свой жизненный цикл и, в зависимости от управления её внедрением, она проходит различные этапы действия. Раскрывая процесс внедрения инноваций следует упомянуть, что необходимо подходить к этому инструменту с особым анализом, т.к. в большинстве случаев инновационная разработка не имеет аналогов и прошлого опыта использования, на который мог бы опереться внедряющий её управленец. Говоря о подходе к внедрению, можно выявить несколько этапов, которые должен пройти управленец: собрать и проанализировать всю информацию, поставить цель и конечную точку внедрения, разработать общую концепцию инновации, оперативно организовать само внедрение, учёт и контроль за инновационным инструментом. [5]

Для точного изучения инновационных инструментов в предпринимательском секторе РФ, обратимся к сравнительной диаграмме между 2010 и 2020 годами. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что внутренние затраты на инновационное развитие имеют повышательный спрос, также как и значительно увеличилась доля валовой добавленной стоимости инновационного сектора в ВВП страны. Это означает, что по сравнению с 2010 годом, население России более расположено к внедрению инновационных инструментов ведения деятельности, в том числе и предпринимательской, в последние несколько лет, что выражено в доле предприятий, осуществляющих технологические инновации (рисунок 1)

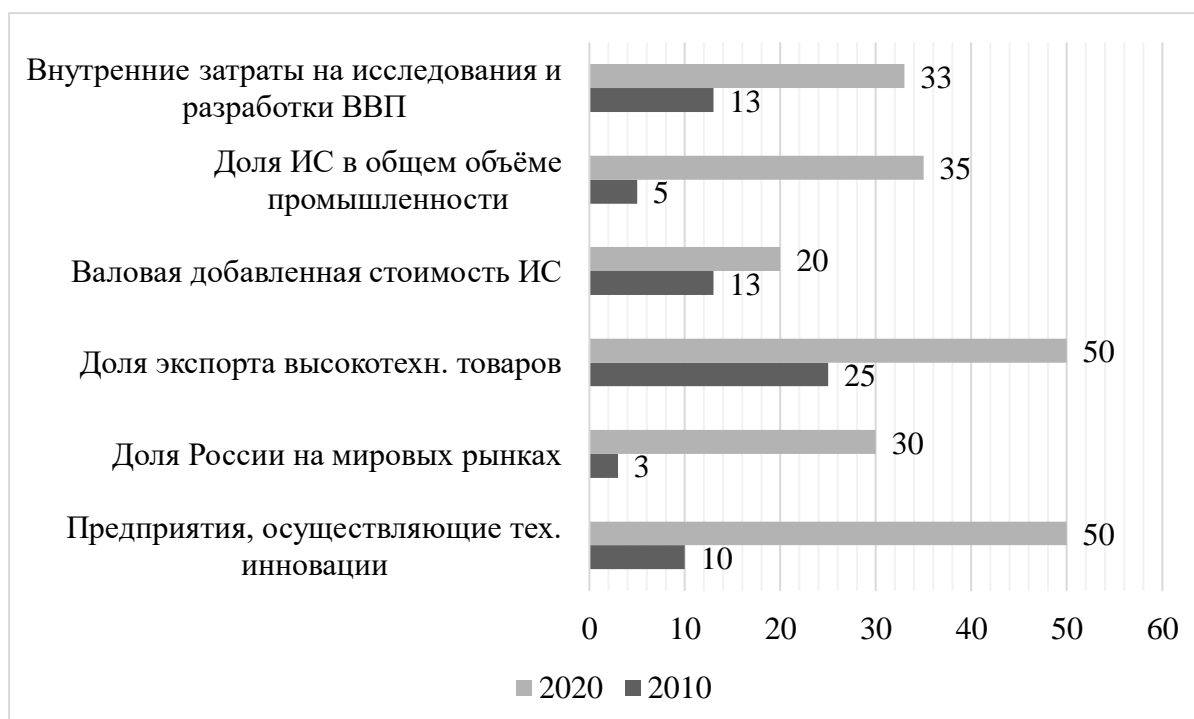


Рисунок 1 - Сравнительная диаграмма показателей инновационного развития РФ, в %

Проводя анализ показателей инновационного развития, можно привести в пример успешного внедрения инновационных инструментов в предпринимательскую деятельность несколько мировых компаний, таких как Hewlett-Packard, Intel, General Electric, IBM, DuPont. Их главное отличие заключается в том, что они достигли всемирной известности и определённого успеха не только лишь своими инновациями в исключительных продуктах, грамотной рекламе или в лучшем обслуживании клиентов, они внедрили инновации в процесс управления. За последние годы именно в сфере менеджмента наблюдаются заметные изменения, что позволяет компаниям приходить к абсолютно новым концепциям ведения коммерческой деятельности.

Так, в компании под названием IBM управленчески-организационные перераспределения проводятся как минимум раз в два года, что дает им возможность адаптировать свою структуру к реальным потребностям бизнеса; в компании Hewlett-Packard действует так называемое «направленное управление», то есть к каждому сотруднику подбирается свой стиль управления. Это, в свою очередь, привело к тому, что сотрудникам стало легче выражать свои мысли, идеи и мнения по поводу производства, тем самым это поспособствовало развитию компании в целом; Procter & Gamble – изменили свои подходы к бренд-менеджменту, что привело их к всемирной узнаваемости. Компания General Motors известна тем, что внедрив дивизиональную структуру, смогла распределить

рабочие ресурсы по отдельным направлениям, что в итоге привело их к эффективному использованию фондов, и в 1931г. компании удаётся опередить компанию-конкурента Ford по выпуску автомобилей.

Таким образом, инновационный менеджмент - это лишь составная часть одной общей системы управления, т.к. он является одним из потенциально-экспериментальных направлений реального внедрения в процессы предприятия. Для наилучшего результата он должен быть правильно интегрирован в остальные процессы предприятия, так современные организации способны проводить ключевые изменения во внутренней политике совместно с изменениями внешней среды.

Список использованных источников

- 1 Носонов А. М. Особенности инновационного развития регионов России // Регионология. 2017. № 4 (89). С. 22–31.
- 2 Таран, И. Н. Импортозамещение как фактор развития экономики России на современном этапе / И. Н. Таран. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 45 (231). — С. 96-98.
- 3 Ильина И. Е., Жарова Е. Н. Инструменты поддержки исследований и разработок ведущих отечественных и зарубежных научных фондов // Интеграция образования. 2017. Т. 21, № 2. С. 164–183
- 4 Крупанин А. А., Салимьянова И. Г. Методология развития инновационно-инвестиционной деятельности: монография. СПб.: ВИС, 2019. 136 с.
- 5 Моттаева, А.Б. Инновационные риски в предпринимательстве / А.Б. Моттаева// Общество. Государство. Право. – 2017. - № 2. – С. 26-32

РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «КУЛЬТУРА» НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Шевкопляс Кристина Дмитриевна¹
Самарский университет, г. Самара

Аннотация. В данной статье рассмотрено понятие государственной культурной политики, ее значимость в жизни общества. Проанализирован Указ Президента РФ «О национальных целях развития России до 2030 года», выявлены основные цели развития страны в области культуры.

¹Студент 4 курса бакалавриата Института экономики и управления Самарского университета. Научный руководитель: Термелева Е.Е., старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Самарского университета.