

УПРАВЛЕНИЕ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНДИКАТОРОВ

*Варламов Дмитрий Юрьевич, Солдатова Светлана Сергеевна
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», Россия, г. Пенза*

Аннотация: В данной статье рассмотрены модели построения и управления инновационной деятельностью организации на основе анализа социально-экономических индикаторов, характеризующих коммерческую эффективность и перспективы развития инновационного предпринимательства, ориентированного на ускорение темпов научно-технического прогресса в обществе.

Ключевые слова: предпринимательство, моделирование, управление инновационным развитием.

На сегодняшний день, ввиду прогрессивного развития технологий, экономические условия требуют совершенствования методологических подходов к оценке инновационного потенциала, как на региональном уровне, так и в рамках мирового масштаба. Усиление роли инноваций, в свою очередь формирует концептуальную платформу для глубочайшего анализа факторов, влияющих на инновационную деятельность организаций, а также рассмотрение всевозможных альтернатив по повышению объемов выпускаемой продукции. Рациональным зерном в данном вопросе выступает формирование объективных предпосылок и мотивов по развитию инновационной деятельности предпринимательства на всех уровнях экономической системы.

В настоящее время, инновационное предпринимательство идеализируется в качестве движущей силы прогресса в 21 веке, способной обеспечить устойчивое экономическое развитие, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. В свою очередь, разработка всевозможных

альтернатив наилучшего развития событий в будущем относительно увеличения инноваций и разумного управления ими подразумевает моделирование инновационного предпринимательства.

На современном этапе развития предпринимательства имеют место две модели: классическая и инновационная. [2]

Первая базируется на использовании трудноосваиваемых производственных ресурсов, а также комплексного и адресного удовлетворения потребительского спроса. Главное преимущество такой модели – получение максимальной отдачи от использования ресурсов и, как следствие, колоссального объема прибыли. [1]

Вторая модель предпринимательства имеет целью поиск новых альтернатив развития организации, в частности рационального использования ресурсов и внедрение эффективных способов ведения хозяйства, с целью максимального извлечения прибыли. Результатом такой деятельности будет либо совершенно новый товар, либо модифицированной, с новыми свойствами или характеристиками.

Важно понимать, что ключевым направлением в стратегической политике любой организации является увеличение объема инвестиций в научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР). Реализация такой цели подразумевает наличие определенных составляющих:

- анализ требований потребителей с целью разработок технологических стратегий
- проведение исследовательских разработок по совершенствованию или разработке и применению новых технологий;
- мероприятия по автоматизации и информатизации моделей, позволяющих прогнозировать результаты деятельности организации. [1]

В свою очередь, управление инновациями предусматривает реализацию трех основных задач: реализация инновационной процедуры

проекта НИОКР; создание специфических видов ресурсов и их управление; управление портфелем проектов НИОКР.

На первом этапе стоит провести ряд исследований с целью формирования необходимой базы знаний: обзор рыночной ситуации, генерация и последующая фильтрация идей, утверждение концепции, экономический анализ, разработка и испытание, пробный маркетинг и начало коммерческой реализации. Затем создаются специфические виды ресурсов, гарантирующих своими уникальными свойствами успешность проекта НИОКР.

Финальной задачей является управление портфелем проектов НИОКР. На практике, инновационная деятельность организаций шире, чем просто разработка ряда проектов, продолжая работать в этом направлении, она развивает научно-технический прогресс, вступая в ряд лучших и составляя конкуренцию на рынке. [4]

Инновационная деятельность способствует быстрой адаптации компании к «неожиданным сюрпризам» внешней среды, что, в свою очередь, открывает возможности для организации выйти на новый уровень предпринимательства. Такое развитие событий, впоследствии, обеспечит долгосрочную и стабильную деятельность компании. [3]

Рассмотрим пару примеров успешного внедрения управленческих инноваций в деятельность организаций.

ООО «Синабон» - российскую сеть общественного питания. Для обновления производства и повышения рейтинга продаж было предпринято ряд инновационных решений. Сначала, в рамках повышения потенциала персонала, все сотрудники сдали экзамен на переквалификацию. Затем, была улучшена система управления кадровым составом. В результате, ввиду оптимизации управленческих процессов уровень клиентуры организации значительно вырос, что, в свою очередь, оправдывает внедрение инноваций. [6]

Еще одним ярким примером является всемирная компания «Procter & Gamble», один из лидеров на рынке потребительских товаров. Ее успех знаменуется началом 20 века, когда компания формализовала свой подход к бренд-менеджменту. В то же время «Procter & Gamble» стала равномерно накапливать нематериальные активы. К 2000 году коэффициент коммерческого успеха составлял 15-20%. Внеся значительные коррективы в свою инновационную политику, усовершенствовав модели выпуска продукции - инновационная практика организации практически перестала иметь границ на всех направлениях деятельности, для всех категорий продуктов, вне зависимости от территориального положения. Сейчас имея показатель коммерческого успеха 60%, портфель «P&G» включает 16 брендов с прибылью от продаж 1 млрд. долларов в год. [5]

Анализ и оценка инноваций является базисом для разработки стратегических решений инновационной политики и проводится в несколько этапов:

- во-первых, ведется анализ исследовательской базы, информационных ресурсов, оценки производственных мощностей, работающего персонала и сетей сбыта продукции;
- во-вторых, оценивается инновационная активность организации, посредством сопоставления затрат на инновации и конечных результатов и определяются внутренние резервы увеличения инновационной активности фирмы;
- в-третьих, ведется детальное сравнение доходов и расходов на весь инновационный цикл и определяется стоимость бизнеса;
- в-четвертых, проводится качественная оценка инновационной деятельности, определение коммерческой выгоды от внедрения и использования инноваций. [3]

После проведения полного анализа инновационной активности хозяйствующего субъекта, а так же изучения общей динамики развития макроэкономической среды, обосновывается целесообразность разработки и

реализации инновационной политики, нацеленной на достижение устойчивого в долгосрочной перспективе положения фирмы на рынке.

В заключение, стоит отметить, что данная тема является крайне актуальной в условиях неустойчивой международной экономической конъюнктуры, высоких геополитических рисков, необходимости снижения зависимости от импорта товаров, услуг, а также технологий модернизации российской экономики. Только выбор правильной модели инновационного развития приведет к росту инновационного потенциала и, как следствие, к повышению социально-экономического статуса Российской Федерации в целом. Для достижения наибольшего эффекта от внедрения инноваций целесообразнее стимулировать в стране не только предложение, но и спрос на них. На сегодняшний день, учитывая социально-экономическую базу, необходимо вносить коррективы в систему научных разработок в направлении дальнейшей интеграции с бизнесом и образованием, развивать сетевое взаимодействие, путем активизации деятельности транснациональных игроков на российском рынке инноваций и предотвращать «утечку мозгов». Все вышеперечисленные меры в перспективе сформируют концептуальную платформу для колоссального толчка в инновационной политике нашей страны.

Список использованных источников

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2016. - 220 с
2. Кожухар, В.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Кожухар. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с
3. Инновационный менеджмент: Учебник. / Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 391 с.
4. Муравьева Е.В. Управление конкурентной средой [Текст]: учебное пособие. Ульяновск: ФГБОУ ВПО «УлГУ». 2016. С. 15.
5. Рейтинг американского журнала Forbes: <https://www.forbes.ru>

6. Федеральная служба государственной статистики:
<http://www.gks.ru/>