

9. Мокина Л.С., Мальцева В.А. Мировое финансовое положение 2015 года // Математика, экономика и управление. 2015. Том 1, № 2. С. 18-20.
10. Мокина Л.С. Кластерная стратегия развития промышленности Самарской области // Высшее образование бизнес, предпринимательство, 2013. Сборник научных трудов. 2013. С. 223-228.
11. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Приволжского федерального округа до 2020 года: распоряжение Правительства РФ от 07.02.2011 № 165-р // Собрание законодательства РФ. 2011. № 8. Ст. 1142.
12. Тимофеева Е.Е. Региональный промышленный комплекс кластерного типа: организационно-управленческие проблемы функционирования и развития в депрессивном регионе [Текст]: автореф. - дис. канд. экон. наук: 08.00.05/ Тимофеева, Е.Е. - Иваново: ИвГУ, 2004. - С. 9
13. Щедровицкий П.Г., Княгинин В.Н. Территориальная проекция промышленной политики в России: кто оплатит издержки глобализации // Современная национальная промышленная политика России. Сборник материалов. Выпуск 2 (региональный аспект). - М., 2004. - С. 145.

ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА

Насакина Л.А.¹

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

Ключевые слова: инновации, стратегия развития, эффективность, результативность.

Управление стоимостью бизнеса требует поиска решений, ориентированных на повышение эффективности функционирования предприятия в долгосрочном периоде. На практике последовательное создание стоимости требует дисциплинированного выбора, который нацеливал бы деятельность хозяйствующего субъекта на три основных направления: конкурентное преимущество, возврат на капитал и рост. Выбор конкретного подхода к управлению стоимостью бизнеса зависит от специфики деятельности предприятия и предпочтений его менеджеров. Однако вне зависимости от выбранной модели внедрение стоимостного подхода позволяет структурировать систему ключевых факторов стоимости, на которые должны быть направлены основные усилия по увеличению стоимости.

Первостепенное значение в системе факторов стоимости принадлежит будущим выгодам от владения бизнесом. Одним из основных и наиболее распространенных в настоящее время способов влияния на стоимость компании является реализация инвестиционных проектов (модернизация действующего

¹ Доцент кафедры Бухгалтерского учета, анализа и аудита, кандидат экономических наук.

производства, строительство новых производственных мощностей и расширение инфраструктуры, повышение качества и ассортимента продукции и услуг в соответствии с возрастающими потребностями рынка), которые, как правило, связаны с внедрением на предприятия инноваций.

Современная наука об инновациях (инноватика) базируется на теории Йозефа Шумпетера, который определил термин «инновация» как коммерциализацию новых знаний или применение новых комбинаций ограниченных ресурсов в производстве, основанных на: 1) применении новых материалов и компонентов; 2) введении новых процессов; 3) создании новых рынков; 4) введении новых организационных форм [2;7;10]. Для более глубокого раскрытия экономического содержания инноваций следует рассмотреть понятие «новшество».

В качестве новшества понимаются открытия, изобретения, ноу-хау, защищенные патентами, свидетельствами, лицензиями, авторскими правами. Целью инновации является повышение отдачи на вложенные ресурсы [6]. В связи с этим в современных условиях можно и несколько по-иному представить понятие инновации, суть которой заключается в практической реализации новшества с целью повышения эффективности объекта управления и укрепления его конкурентоспособности. В обобщенном виде инновационный процесс включает себя фундаментальные исследования, прикладные разработки, обработку их результатов и осуществление внедрения новшеств. Инновационный процесс начинается с разработки проекта, в котором определяются его цели, задачи и необходимые ресурсы. Логическую цепочку действий инновационного процесса в деятельности хозяйствующего субъекта можно представить в виде схемы (рисунок 1).

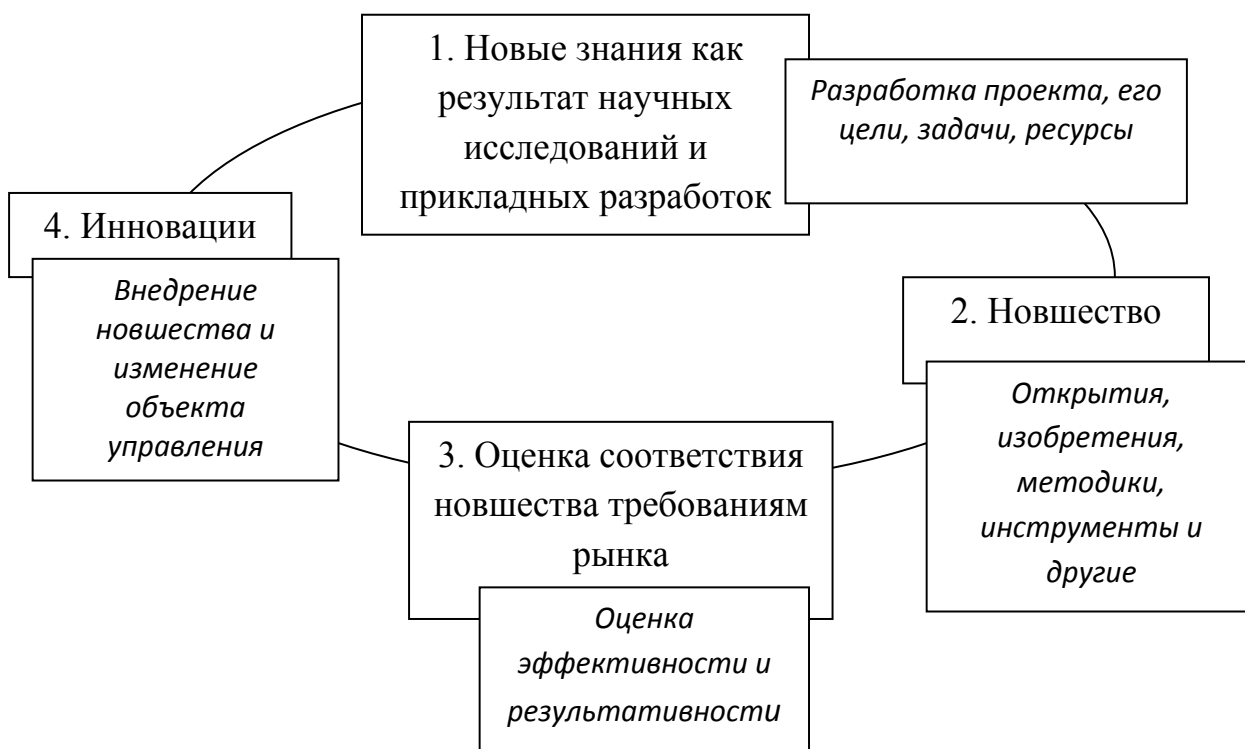


Рис. 1. Последовательность действий по развитию результатов исследований и разработок в инновации производственного предприятия

Как следует из рисунка 1, любое новшество на предприятии должно соответствовать требованиям инновационной экономики, которые определяются условиями конкурентной борьбы. Только в этом случае новшество может найти воплощение в практической деятельности и обеспечить потребности в инновационных продуктах, новых решениях и уникальных методах работы, формирующих новую конкурентную среду предприятия.

Таким образом, процесс создания инноваций включает в себя два взаимозависимых этапа: на первом этапе формируются новые знания, на другом - осуществляется практическое применение этих знаний. Важным является именно практическое применение знаний, являющихся результатом научных исследований и прикладных разработок. При этом без новых знаний, полученных на базе современных технологий, инновации в экономике невозможны.

Существует несколько классификационных подходов к описанию разных видов инноваций. К производственным предприятиям применима классификация по объектам приложения инновационных изменений:

1. инновация продукта (услуги), которая отображает потребительские предпочтения;
2. инновация процесса, сущность которой заключается в применении новых технологий, обеспечивающих снижение затрат на производство и оказание услуг, повышение их качества, а также уровень обслуживания потребителей;
3. инновация управления, связанная с обеспечением маркетинговой поддержки инноваций, организацией финансирования инноваций, формированием организационной структуры предприятия, проведением мероприятий по мотивации работников к восприятию инноваций и т.п.

Кроме этого, можно выделить такие виды инноваций, как природные, прорывные и радикальные [2].

Природные инновации, являющиеся по своей масштабности чаще малыми (незначительными), осуществляются регулярно и характеризуются незначительными изменениями, поскольку не требуют изменений потребительского поведения. При этом такие инновации способствуют потребительского спроса и укреплению позиций на рынке товаров и услуг.

Крупные и прорывного характера инновации основаны на новшествах, которые постепенно назревают на предприятии и уже вызывают необходимость корректировки потребительского поведения. Такие инновации связаны с совершенствованием технологического процесса производства продукции (услуги), использованием более прогрессивных материалов, форм организации труда работников и, как правило, нацелены на поиск принципиально новых ниш на рынке. Примером таких инноваций является выпуск нового продукта (услуги) на базе современных технологий.

Радикальные инновации основываются на новшествах, которые осуществляются периодически через значительно длительные промежутки времени. Они требуют полного изменения потребительского поведения и могут обуславливать производство непрофильной для данного предприятия

продукции (услуги). Всегда ориентированы на достижение стратегических целей, важной компонентой которых является увеличение стоимости бизнеса.

Сравнивая разные классификационные схемы инноваций, можно увидеть, что прорывные инновации, выражающиеся в создании новых продуктов или новой услуги, могут выражаться в инновациях процесса, основывающихся на новых технологиях производства. То есть при оценке характера инноваций следует исходить с позиций различных их классификационных признаков, что соответственно оказывает влияние на выбор подходов, обеспечивающих инновационное развитие предприятий, совершенствование их организационной структуры и ориентацию на повышение стоимости бизнеса.

Реализация мероприятий по наращиванию стоимости компании в сфере производства требует усиления роли оценки результатов. Важное значение в этом направлении является разработка новых инструментов и процедур оценки инновационного развития и стратегической направленности деятельности предприятий [5;9].

По нашему мнению, при разрешении данной проблемы важное значение имеет вопрос о соотношении тех или иных инноваций. Несомненно, нововведений приростного характера должно быть больше и появляться они должны чаще инноваций, имеющих значение прорывных или радикальных. При этом на каком-то этапе развития приростные инновации уже будут не в состоянии эффективно поддерживать позиции предприятия на рынке товаров и услуг. В этом случае должны внедряться прорывные или радикальные инновации, адаптируя их к меняющимся условиям внешней среды и стратегическим задачам. Поэтому радикальные изменения и изменения прорывного характера представляют особую важность для укрепления конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта. В связи с этим при формировании направления инновационного развития весьма важно определить, к какому классу может относиться инновация в соответствии с рассмотренными классификациями.

Независимо от вида инноваций и их характера, они направлены на обеспечение реализации стратегии развития, как предприятия, так и региона в целом [1;3]. Одни инновационные стратегии позволяют поддерживать конкурентоспособность, учитывая изменения потребительского спроса. Эти стратегии концентрируются в основном на приростных инновациях. Другие же стратегии должны включать проекты новых форм организации производственного процесса или обновления организационной структуры предприятия, то есть по своему характеру эти стратегии являются прорывными или радикальными. Поэтому при выделении критериев и обоснования по ним инновационных решений нужно начинать с возможности решения поставленных задач и достижения стратегических целей.

Показателем верности выбранного направления развития для целей реализации стратегических задач организации выступает результативность, проблема оценки которой связана с отсутствием измеримых (финансовых) показателей достижения результата. Развитие организации в долгосрочной перспективе и достижение поставленных целей и задач оценивается, как

правило, на основе нефинансовых показателей (доля потребительского рынка, расширение (рост) клиентской базы, индекс удовлетворенности клиентов, индекс удовлетворенности сотрудников, уровень профессионализма сотрудников и т.п.).

Обзор экономической литературы по определению результативности показал, что в настоящее время отсутствует однозначное толкование данного понятия. Для понимания содержания результативности чаще ее рассматривают в сравнении с эффективностью.

О соотношении результативности и эффективности отмечается в известной работе по менеджменту П. Друкера, «чтобы быть успешной в течение долгого времени, чтобы выжить и достичь своих целей организация должна быть как эффективной, так и результативной». Результативность, по его утверждению, является следствием того, что «делаются нужные, правильные вещи», а эффективность - «умение делать вещи правильно» [3]. Иными словами, результативность предполагает производство требуемой продукции и услуг соответствующего качества, а эффективность - производство продукции и услуг, используя эффективные процессы и исходные ресурсы с минимальными затратами. Отсюда можно сделать вывод о том, что при высокой эффективности результативность деятельности может быть низкой или вообще никаких результатов не будет достигнуто, что неизбежно приведет организацию к ослаблению позиций на рынке. При этом следует учитывать, что объяснение нерезультативности производственных предприятий может состоять в непродуктивных процессах, которые порождают значительное количество продуктов или услуг, не соответствующих запросам потребителей.

Необходимо понимать, что результативность дает возможность четко установить цели, а также стратегию функционирования предприятия на основе анализа показателей эффективности, а эффективность характеризует взаимосвязь между затраченными ресурсами и достигнутыми результатами. Оценка соотношения критериев эффективности и результативности позволяет охарактеризовать стратегическую направленность инновационной деятельности предприятия на различных этапах его функционирования.

Следует отметить, что на начальных этапах реализации стратегических целей предприятия его деятельность возможно будет убыточной с точки зрения соотношения понесенных затрат и полученных доходов [4;7]. То есть предприятие будет работать неэффективно в коротком промежутке времени, но сработает результативно в перспективе. Различное соотношение критериев эффективности и результативности позволяет осуществить правильный выбор направления инновационного развития относительно внедрения тех или иных новшеств на предприятии согласно выбранной стратегии.

Следует отметить, что только сочетание высокой эффективности и высокой результативности является условием долговременного успешного развития предприятия и возможности укрепления его позиций на рынке товаров и услуг. Другие различные комбинации критериев результативности и эффективности позволяют определить возможные недостатки в работе предприятия. В частности, при высокой эффективности, обусловленной

приемлемым уровнем затрат (уровень затрат, стремящихся к минимуму, но не обязательно минимальный), получением прибыли и преодолением порога рентабельности, результативность предприятия становится низкой, если имеет место падение спроса на товары и услуги и ослабление позиций на рынке, что ведет к кризису и в дальнейшем - к банкротству. При этом высокая результативность деятельности (стабильные темпы роста объемов продаж, удовлетворение рыночного спроса) независимо от низкой ее эффективности в результате затруднение минимизации затрат, снижения прибыли и уровня рентабельности обеспечивает выживание предприятия в условиях конкурентной борьбы. И критическим будет сочетание низкой эффективности и низкой результативности, что ведет к неизбежному банкротству и краху предприятия.

Показатели эффективности и результативности можно использовать в процедурах управления инновациями. На этапе практического внедрения и последующем использовании тех или иных новшеств для их оценки важное значение имеют показатели эффективности, проявляющиеся, в частности, в увеличении объемов продаж и прибыли от продаж. Результативность проявляет себя на стадии выхода готового продукта или оказания услуги, являющихся результатом инновационного проекта. Среди показателей результативности можно назвать, например, уровень удовлетворенности потребителей. Расчет уровня удовлетворенности потребителей можно осуществить на основе сбора данных в процессе маркетингового исследования представительной выборки методом опроса. Независимо от того, что полученный результат будет иметь некоторую статистическую погрешность, он позволит определить тенденции спроса на те или иные товары и услуги [8].

Именно в сопоставлении эффективности и результативности могут определяться факторы по существованию того или иного инновационного проекта, оказывающего влияние на деятельность предприятия и направлений его развития в долгосрочной перспективе. Совместное применение этих критериев позволит определить конкурентные преимущества и возможные угрозы в деятельности хозяйствующего субъекта, что является важным элементом мониторинга реализации его стратегии.

Список использованных источников:

1. Агаева Л.К., Курносова Е.А. Роль инновационного потенциала региона в условиях модернизации // Модернизация промышленных комплексов Поволжья: проблемы, тенденции, механизмы. Сборник материалов международной научно-практической конференции. 2016. С. 5-12.
2. Горький А.С., Каширина М.В. Особенности механизма управления финансами интегрированных бизнес-структур // Вестник Самарского муниципального института управления. - 2015. № 4. - С. 30-35.
3. Горький А.С. Совершенствование информационного обеспечения в процессе формирования интеграционных образований: монография. – Самара.: Содружество, 2008. – 83 с.

4. Друкер, П. Ф. Энциклопедия менеджмента: пер. в англ. / под ред. Т.А. Гуреш. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432с.
5. Современная парадигма управления инновациями: теория, методология, моделирование, практика монография / В.Ю. Анисимова, Е.А. Башкан, М.Г.Беляева; под общ. ред. Н.М. Тюкавкина. - Самара: Самарский государственный университет, 2015. - 211 с.
6. Курносова Е.А. Экономические аспекты реализации инновационного процесса в разрезе региональной сферы услуг // Наука – промышленности и сервису. 2012. №7 С. 103 -106.
7. Медведева, Е.В. Управление инновационной деятельностью в сфере предоставления услуг // Современная наука: теоретический и практический взгляд. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2015. С. 64-67.
8. Медведева, Е.В. Элементы методологии исследования стратегии управления в хозяйствующих субъектах // Школа университетской науки: парадигма развития. 2010. № 1-2. С. 77-81.
9. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. - М.: ЗАО «Бизнес-школа»: «Интел-Синтез», 1998. - 362 с.
10. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. - М.: Эксмо, 2007. - 864 с.

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Оруч Т.А.¹

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

Ключевые слова: инвестиционный потенциал, деятельность органов местного самоуправления, показатели оценки деятельности.

В экономике за последнее время достаточно часто употребляется понятие инвестиционного потенциала территории, однако четкого определения на сегодняшний день не существует. Рассмотрим общепринятые и наиболее распространённые взгляды ученых теоретиков и практиков на определение сущности инвестиционного потенциала.

Термин «инвестиционный потенциал региона» предполагает как минимум три толкования:

- физическая возможность хозяйствующих субъектов в рамках данного региона и вне его вкладывать средства в экономику территории (то есть сам факт наличия инвестиционных ресурсов - свободных денежных средств);

¹ Доцент кафедры Экономики и управления, кандидат экономических наук.