

3. Европейская ассоциация автопроизводителей (ACEA). Режим доступа: <https://www.acea.auto/> (дата обращения: 25.10.2025).

КОРПОРАТИВНЫЕ ИННОВАЦИИ И ВНУТРЕННЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ДРАЙВЕРЫ РОСТА В СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЯХ

Э.Г. Саркисова

Научный руководитель Е.П. Ростова

Самарский национальный исследовательский университет им. ак. С.П. Королева

Внедрение инноваций – актуальная задача не только всей национальной экономики, но и отдельных компаний. Инновационное развитие страны можно оценить с помощью глобального инновационного индекса (далее – ГИИ), который объединяет различные показатели инновационной деятельности.

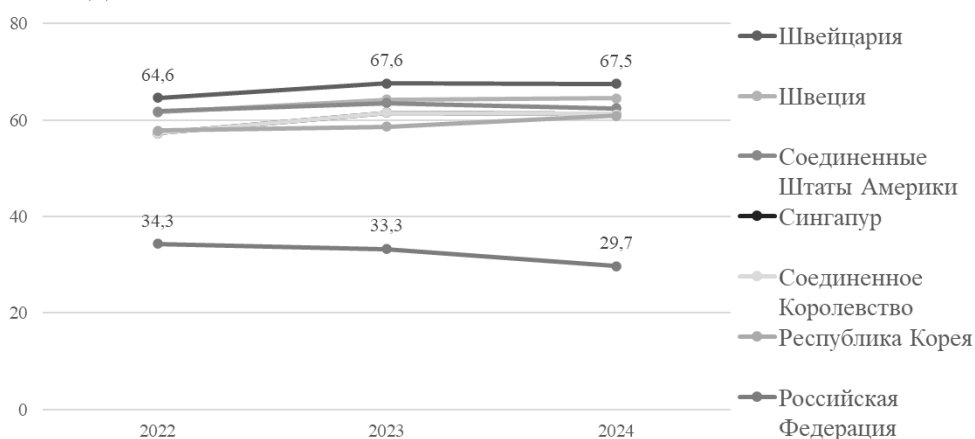


Рисунок 1 – Динамика инновационной деятельности России и стран-лидеров согласно ГИИ, 2022-2024 гг., баллы

Анализируя рисунок 1, можно сделать вывод, что на протяжении всего рассматриваемого периода Швейцария занимает лидирующую позицию согласно ГИИ, в то время как с 2022 года наблюдается снижение инновационной активности России. В 2022 году Россия занимала 47-ое место, а в 2024 году спустилась до 59-ого.

Государство предпринимает различные меры по внедрению и распространению технологий, однако в то же время уровень инновационной активности российских компаний остается на достаточно низком уровне, что влияет на общую национальную динамику. По данным Росстата уровень инновационной активности компаний характеризуется падениями и подъемами в период с 2018 по 2024 год. Среди всех видов экономической деятельности наиболее инновационно активным видом являются научные исследования и разработки [1].

Существуют различные инструменты работы с инновациями, которые постепенно внедряют российские организации в свои корпоративные

системы управления. К ним можно отнести венчурные фонды, технопарки, исследовательские программы, технологические альянсы, питч-сессии и акселераторы, которые являются наиболее популярными среди остальных видов.

Корпоративные инновации стратегически важны для любой организации. Они представляют собой конечный результат в виде новых или усовершенствованных продуктов, процессов или методов управления внутри корпорации, которые помогают увеличить её стоимость.

С данным понятием тесно связано внутреннее предпринимательство, которое подразумевает под собой инновационную деятельность сотрудников компании, проявляющих инициативу для создания новых продуктов, процессов или бизнес-направлений. Для того, чтобы внутреннее предпринимательство внутри компании существовало, необходимо наличие следующих условий: признание инноваций за основу стратегии и развития компании, активная поддержка высшим руководством сотрудников компании в реализации инновационного проекта, отведение дополнительного времени на работу над проектами, наличие запроса на модернизацию бизнес-процесса от других подразделений компании, которые будут заинтересованы в реализации проекта, оказание финансовых ресурсов на разработку проекта, определение конкретной цели будущего инновационного проекта, от которой зависит выбор дальнейших инструментов для его реализации.

Рассматривая российские организации, можно отметить, что развитием внутреннего предпринимательства занимаются менее 10% компаний, среди которых наиболее активны организации из финансового сектора и ИТ. Такие низкие показатели обусловлены барьерами, которые препятствуют развитию внутреннего предпринимательства внутри компании. К ним относятся отсутствие ясной стратегии для внутренних инноваций, трудности внедрения инновационного проекта в существующий бизнес-процесс, наличие слабой и безынициативной корпоративной культуры.

Высшее руководство играет ключевую роль в развитии внутреннего предпринимательства, поэтому для его запуска крайне важно получить поддержку топ-менеджмента. Кроме того, в зарождении внутрикорпоративного предпринимательства основой является отдельное подразделение, отвечающее за поддержку инициативных сотрудников и их инновационных проектов. Например, для оперативной работы необходимо утвердить ответственных лиц, к которым сотрудники могли бы обратиться за помощью и консультацией своей идеи. Также для повышения компетенций внутреннего предпринимателя необходимо проводить образовательные программы для сотрудников [2].

Таким образом, внедрение инноваций внутри корпораций затруднительно, поскольку существующие трудности препятствуют зарождению внутреннего предпринимательства. Однако, несмотря на это, инновации имеют стратегически важное значение как для корпораций, так и для всего государства.

Список использованных источников

1. Наука, инновации и технологии: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 15.12.2025).
2. Иващенко, Н. П. Экономика инноваций [Электронный ресурс] : учебник / Под ред. Н.П. Иващенко. - М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2024. - ISBN 978-5-907690-72-1. – Текст : электронный. - URL: <https://books.econ.msu.ru/Economics-of-innovation/sect02/chap06/6.1/> (дата обращения: 15.12.2025).

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ НА ПРИМЕРЕ Г.О. САМАРА

Я. Д. Степанова

Научный руководитель Е. П. Ростова

Самарский национальный исследовательский университет им. ак. С.П. Королева

Рынок коммерческой недвижимости стремительно развивается в настоящее время. Данный рынок играет непосредственную роль в развитии региональной экономики, внося разнообразие в городскую инфраструктуру, бизнес-среду, и тем самым способствует созданию рабочих мест. Городской округ Самара является ядром агломерации регионального рынка недвижимости. Он не только является торговым и промышленным центром, но и отличается массовым характером коммерческой деятельности и высоким уровнем дохода. В условиях неопределенности и рисков инвесторам сложно самостоятельно сравнить возможные варианты для инвестирования, оценить выгоду и спрогнозировать доход.

Объектом исследования являются объекты коммерческой недвижимости, расположенные в г. Самара, а именно: складские, офисные, производственные и торговые помещения.

Коммерческая недвижимость – это объекты, направленные на извлечение прибыли посредством ведения коммерческой деятельности на них. Данный вид недвижимости используется для реализации товарной продукции и предоставления услуг, организации процессов производства и хранения, а также размещения офисных помещений и прочей деятельности. К объектам коммерческой недвижимости относятся офисные помещения, торговая недвижимость, склады и складские комплексы, производственные объекты, земельные участки и иные объекты.