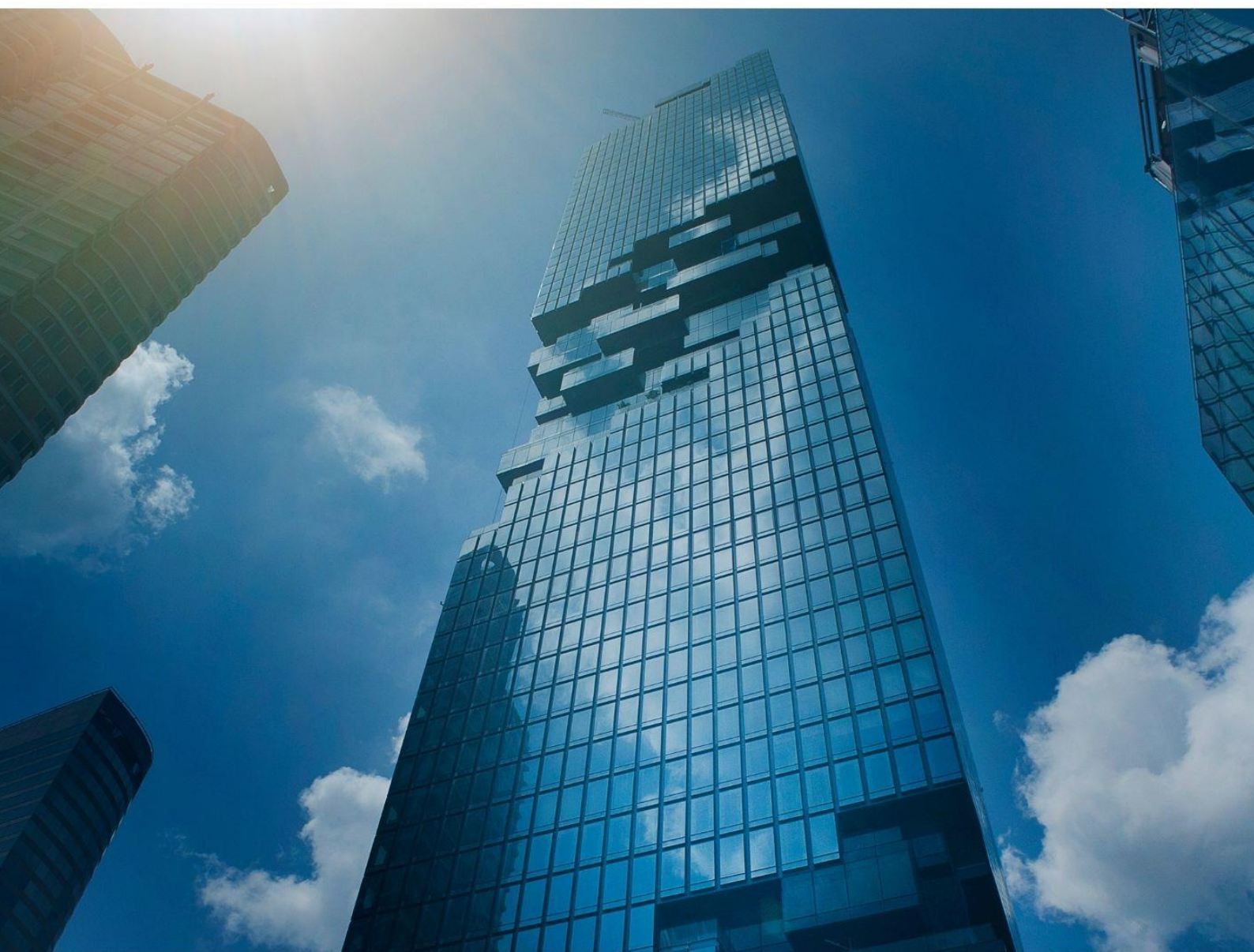


ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ



EDRJ.RU

ISSN 2542-0208

Экономическая теория
Экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами
Управление инновациями
Экономика и управление в образовании
Государственное управление
Региональная экономика
Мировая экономика
Логистика

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 3/2021

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2021

УДК 33
ББК 65
Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №3– 2021. – 52 с.

ISSN 2542-0208

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современного экономического развития и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления.

Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте www.edrj.ru

УДК 33
ББК 65

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

Балашова Раиса Ивановна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры “Экономика предприятия” Донецкого национального технического университета.

Глебова Анна Геннадьевна – доктор экономических наук, профессор экономики и управления предприятием ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», член Новой экономической ассоциации. Эксперт научных направлений – антикризисное управление и банкротство, экономика предприятия и предпринимательства, управление.

Кожин Владимир Александрович – заслуженный экономист РФ, доктор экономических наук, профессор кафедры организации и экономики строительства Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений – финансы, бюджетирование, экономика предприятия, экономика строительства.

Мазин Александр Леонидович – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Эксперт научных направлений: экономика труда, экономическая теория.

Бикеева Марина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва. Эксперт научных направлений: социальная ответственность бизнеса, эконометрика, статистика.

Лаврентьева Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБОУ ВО “Нижегородская государственная медицинская академия” Министерства здравоохранения Российской Федерации. Эксперт научных направлений: учет, анализ, аудит, экономическая теория, экономика труда.

Тиндова Мария Геннадьевна – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФБГОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.

Шагалова Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Эксперт научных направлений: бюджетирование, мировая экономика, ценообразование, экономика предприятия, инновационный менеджмент.

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

© НОО Профессиональная наука, 2015-2021

Оглавление

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....	6
Полесская О.П., Семенова А.В. Оценка состояния и уровня обеспечения населения региона продовольствием	6
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ.....	18
Калинина Е.А. Инновационные проекты высокотехнологичных предприятий: особенности управления в условиях институциональных ловушек экономики	18
Сабиров В.Д., Колчина В.В. Влияние искусственного интеллекта на экономические показатели деятельности компании.....	34
Тимербаев Н.Ф., Кузьмин И.А. Развитие инновационных стартапов в России	39
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ.....	46
Веряскин П.Г. Особенности проведения исследований спроса и конъюнктуры рынка в сфере гостиничного бизнеса.....	46

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 33

Полесская О.П., Семенова А.В. Оценка состояния и уровня обеспечения населения региона продовольствием

Assessment of the state and level of food supply to the population of the region

Полесская Ольга Петровна

Семенова Анастасия Васильевна

к.э.н, доцент,

доцент кафедры экономики и управления

Брянский государственный университет

Магистрант кафедры экономики и управления

Брянский государственный университет

Polesskaya Olga

Semyonova Anastasia

associate Professor,

associate Professor of Economics and management

Bryansk state University

Master's student of the Department

of Economics and Management

Bryansk State University

Аннотация. Проблема современного состояния и развития сельского хозяйства является актуальной, особенно в период преодоления последствий глобального экономического кризиса. В статье проведена оценка состояния и уровня обеспечения населения региона продовольствием, осуществлен анализ социально-экономических критериев продовольственной безопасности Брянской области.

Ключевые слова: Экономический потенциал продовольственного рынка, агропромышленный комплекс, продовольственное обеспечение населения региона.

Abstract: The problem of the current state and development of agriculture is relevant, especially in the period of overcoming the consequences of the global economic crisis. The article assesses the state and level of food supply to the population of the region, analyzes the socio-economic criteria of food security in the Bryansk region.

Keywords: Economic potential of the food market, agro-industrial complex, food supply to the population of the region

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Для большинства экономик стран мира приоритетным направлением государственной экономической политики является равномерное обеспечение продовольствием населения конкретной территории, а также создание благоприятных условий для развития агропродовольственного рынка в целом.

В настоящее время экономический потенциал рынка продовольствия остается не полностью реализованным, значительное влияние здесь оказывает проводимая политика импортозамещения. Экономический потенциал продовольственного рынка представляет собой совокупность ресурсов, средств, инструментов, которыми располагает продовольственный рынок в конкретных условиях хозяйствования и на определенной территории, а также потенциальные возможности их использования с учетом многовариантности экономического развития.

Отечественные сельхозтоваропроизводители в современных условиях испытывают ряд проблем, обусловленных вступлением России во Всемирную торговую организацию (ВТО), когда государство вынуждено взять на себя ответственность по самоустранению и ограничению поддержки российского агропромышленного комплекса (АПК). По причине снижения государственной помощи, положение сельскохозяйственных предприятий значительно ухудшается. Сложившиеся экономические условия отягощены применением экономических санкций в отношении Российской Федерации (РФ). В результате производственная и торговая инфраструктура продовольственного рынка испытывают давление санкционного режима с Запада, а также контрсанкций со стороны Российской Федерации.

Степень обеспеченности населения продовольствием выступает определяющим фактором социальной стабильности общества. В этой связи со второй половины XX века для многих стран мира агропродовольственный сектор занимает доминирующие позиции. Проводимые в России преобразования 1990–2000 гг. негативно сказались на уровне и структуре потребления, нарушилась система регионального продовольственного обеспечения.

Ключевым индикатором развития регионального продовольственного рынка является степень обеспечения населения основными продуктами питания в количестве и качестве, отвечающим рекомендуемым нормам. За годы реформ в Брянской области сократилось потребление наиболее ценных пищевых продуктов (табл.1).

Таблица 1

Потребление основных продуктов питания в Брянской области на душу населения, килограммов в год

Основные продукты питания	Нормы потребления	Годы						Темп роста, %			
		1990	2014	2015	2016	2017	2018	2018 г. к норме потребления	2018 г. к 1990г.	2018г. к 2017г.	2018г. к 2014г.
Мясо и мясопродукты	73	83	64	64	65	65	66	90,4	79,5	101,5	103,1
Молоко и молочные продукты	325	404	208	193	186	179	168	51,7	41,6	93,9	80,8
Яйца и яйцепродукты, штук	260	355	232	233	242	258	276	106,2	77,7	107,0	119,0
Сахар	24	59	34	32	33	32	34	141,7	57,6	106,3	100,0
Масло растительное	12	9,2	11,2	9,7	10,3	10,9	11,4	95,0	123,9	104,6	101,8
Картофель	90	206	150	151	155	152	155	172,2	75,2	102,0	103,3
Овощи и бахчевые	140	95	88	90	91	95	97	69,3	102,1	102,1	110,2
Фрукты и ягоды	100	31	51	44	49	45	43	43,0	138,7	95,6	84,3
Хлебные продукты	96	138	114	107	110	109	107	111,5	77,5	98,2	93,9
Рыба и рыбопродукты	22	24	14,8	15,2	15,5	15,8	16,2	73,6	67,5	102,5	109,5

Согласно Приказу Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания» население Брянской области в 2018 г. недостаточно потребляло по ряду продовольственных товаров [1].

Если сравнивать фактические показатели 2018 г. с нормативами потребления основных продуктов питания, становится очевидным, что по мясу и мясопродуктам, молоку и молокопродуктам, маслу растительному, овощам и бахчевым, фруктам и ягодам, рыбе и рыбопродуктам, медицинские нормы не выдерживаются. Так, по молоку и молокопродуктам фактический уровень потребления составляет лишь 51,7% от нормы, овощам и бахчевым – 69,3%, фруктам и ягодам – 43%, рыбе и рыбопродуктам – 73,6% соответственно. В то время как превышены нормы потребления по картофелю – на 72,2%, сахару – на 41,7%, хлебным продуктам – на 11,5% и яйцам и яйцепродуктам – на 6,2% к рекомендованному уровню Минздрава соответственно. В результате рацион питания оказывается несбалансированным: растет число углеводо- и крахмалосодержащих продуктов, доля же высокобелковых продуктов уменьшается,

отмечается витаминный дефицит.

Так, по сравнению с 1990 г., потребление мяса и мясопродуктов снизилось – на 20,5%, молока и молокопродуктов – на 58,4%, яиц – на 22,3%, сахара – на 42,4%, картофеля – на 24,8%, рыбы и рыбопродуктов – на 32,5% соответственно. Зафиксирован рост потребления по растительному маслу, овощам и бахчевым, фруктам и ягодам.

В период 2014–2018 гг. отмечается положительная динамика фактического потребления продовольственных товаров, в частности – мяса, яиц, масла растительного, картофеля, овощей и бахчевых, рыбы и рыбных продуктов.

Следовательно, несмотря на положительную динамику роста сельскохозяйственного производства в ряде отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности, по большинству продуктов питания население Брянской области по-прежнему недопотребляет.

Следует отметить, что по потреблению картофеля Брянская область превосходит уровень потребления, сложившийся как в целом по Центральному Федеральному округу (ЦФО), так и среднероссийский уровень. По прочим же видам продовольствия ситуация обратная (рис. 1).

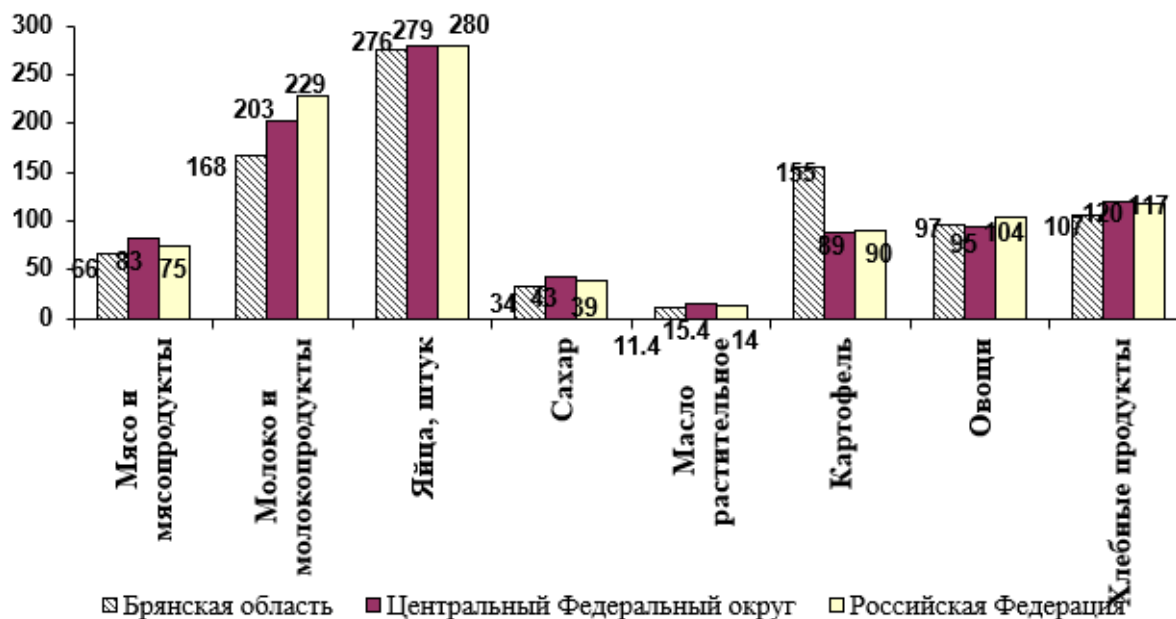


Рисунок 1. Потребление основных продуктов питания в Брянской области, в Центральном федеральном округе и в России в 2018 г., кг на душу населения

В условиях плановой экономики уровень питания населения был достаточным и отвечал общепринятым нормам потребления. К концу 80-х годов XX века средняя

калорийность суточного рациона питания российского гражданина составляла более 3400 ккал, что превышало рекомендуемое ФАО (Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН) значение в 3000 ккал.

Решение продовольственной проблемы усматривалось не только в обеспечении соответствия уровня потребления медицинским нормам, следовало сбалансировать рацион питания населения по содержанию белков, жиров, углеводов, витаминов, минеральных веществ. Следовательно, сельскохозяйственная отрасль испытывала значительную потребность в адекватном механизме хозяйствования.

Об ухудшении уровня потребления в послереформенный период говорит также сокращение энергетической ценности суточного рациона питания и несоответствия его установленной ФАО норме потребления в 3000 ккал (рис. 2).

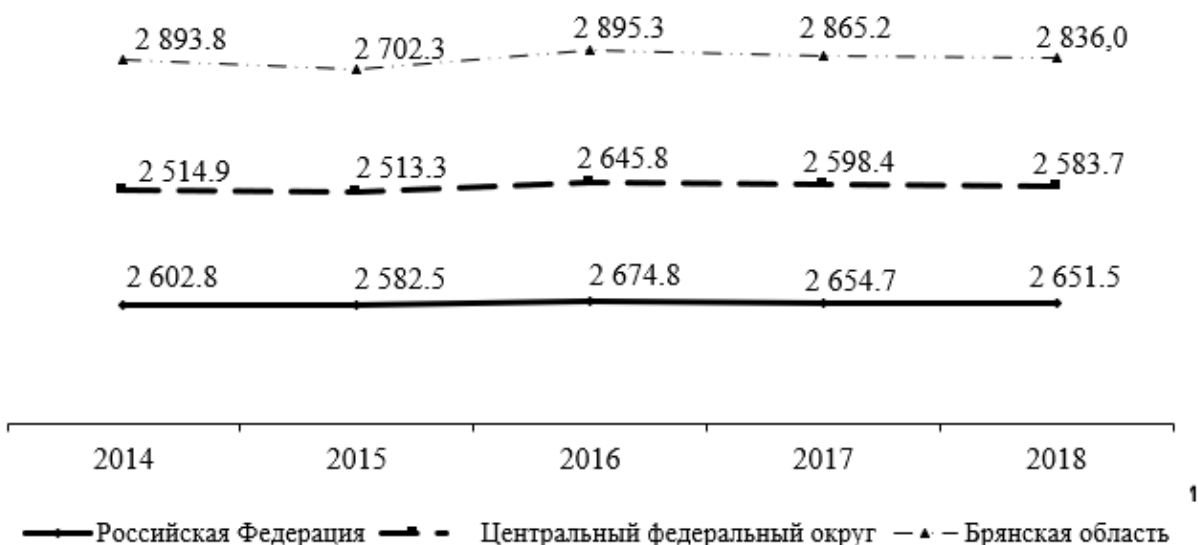


Рисунок 2. Энергетическая ценность суточного рациона питания населения Российской Федерации, Центрального федерального округа и Брянской области в 2014–2018 гг., килокалорий на члена домохозяйства

Так, в период 2014–2018 гг. в Брянской области калорийность суточного рациона питания снизилась с 2893,8 ккал до 2836,0 ккал в сутки. Брянская область занимает лидирующие позиции в ЦФО и России в целом по энергетической ценности рациона питания. Если в России и ЦФО калорийность рациона питания среднестатистического гражданина составляет 2651,5 ккал и 2583,7 ккал, то в Брянской области – 2836,0 ккал. Однако рекомендованные ФАО нормы по-прежнему не достигнуты. По энергетической ценности потребляемого продовольствия регион и страна в целом находятся на одном уровне со странами латинской Америки (2791 ккал/сутки). В то время как в странах

Европейского Союза (ЕС) и США этот показатель составляет 3394 и 3654 ккал в сутки соответственно.

Рассмотренная выше ситуация свидетельствует о низком уровне потребления продовольствия населением области, что обуславливает необходимость выявления причин и факторов столь сложного положения.

Известно, что уровень обеспечения населения региона продовольствием зависит от состояния спроса и предложения на продукты питания в рамках исследуемой территории.

В последние годы рынок продовольствия Брянской области характеризуется высоким уровнем насыщенности продуктами питания всех товарных групп. Степень же насыщенности продовольственного рынка определяется эффективностью функционирования местного сельскохозяйственного производства, характером развития пищевой и перерабатывающей промышленности, предприятий общественного питания. Еще одним источником продовольственного обеспечения области является ввоз продуктов питания из других регионов России, а также поступления импортного продовольствия.

Причины недопотребления кроются в недостаточном развитии местного сельскохозяйственного производства и перерабатывающей промышленности, а также низком уровне жизни населения, не позволяющем в должной мере приобретать продовольствие в необходимом количестве и качестве.

Производство основных продуктов питания, также как и их потребление, в течение последнего десятилетия было неоднородным. Резкие скачки, характеризующиеся снижением производства, отмечались после 1990г., а также вследствие кризиса 1998 г.

В настоящее время благодаря введенным ответным внешнеэкономическим санкциям отмечается рост сельскохозяйственного производства. Мониторинг современного агропродовольственного рынка свидетельствует о наметившейся положительной тенденции роста среднедушевых объемов производства по основным продуктам питания. Так, производство мяса и мясопродуктов в среднем на душу населения в 2018 г. к уровню 2017 г. возросло на 19,2%, молока и молокопродуктов – на 0,9%, яиц на 2,1%, картофеля, овощей и бахчевых – на 8,9% и на 9,7% соответственно (табл. 2).

Таблица 2

Производство основных продуктов питания в Брянской области в 2014 – 2018 гг., на душу населения в год, килограммов

Основные продовольственные ресурсы	Годы					Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
	2014	2015	2016	2017	2018	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2014 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2014 г.
Мясо и мясопродукты	151,8	229,1	247,6	259,9	309,8	49,8	158,0	119,2	204,1
Молоко и молочные продукты	252,6	236,8	239,7	241,5	243,7	2,2	-8,9	100,9	96,5
Яйца, штук	328,3	325,3	340,1	317,8	324,5	6,7	-3,8	102,1	98,8
Картофель	767,2	895,8	936,0	1011,6	1101,1	89,5	333,9	108,9	143,5
Овощи и бахчевые	77,6	93,5	97,7	109,2	119,8	10,6	42,1	109,7	154,3

Следует отметить, что к 1990 г. Брянская область вышла на достаточно высокий уровень питания. Производство мяса и мясопродуктов на душу населения позволяло удовлетворить потребности более чем на 100%, производство молока, яиц, хлебных продуктов, картофеля превышало физиологические нормы потребления в среднем на душу населения в 1,6, 1,5, 1,8 и 10 раз соответственно. Все это давало возможность не только в полной мере удовлетворять потребности области в данных продуктах, но и даже вывозить продовольствие за ее пределы, тем самым активно участвуя в межрегиональных связях.

Брянская область в состоянии полностью обеспечивать себя продовольствием за счет собственного производства. Дефицит покрывается ввозом продовольствия из соседних регионов, а также импортом.

Необходимо отметить, что за последние пять лет самообеспеченность по мясу и мясопродуктам возросла с 98,73% до 469,39%, молоку и молочным продуктам с 79,65% до 145,06%, яйцам – с 89% до 117,52%, по овощам и бахчевым – с 85,46% до 123,5%, по картофелю – с 184,46% до 710,38% (рис. 3).

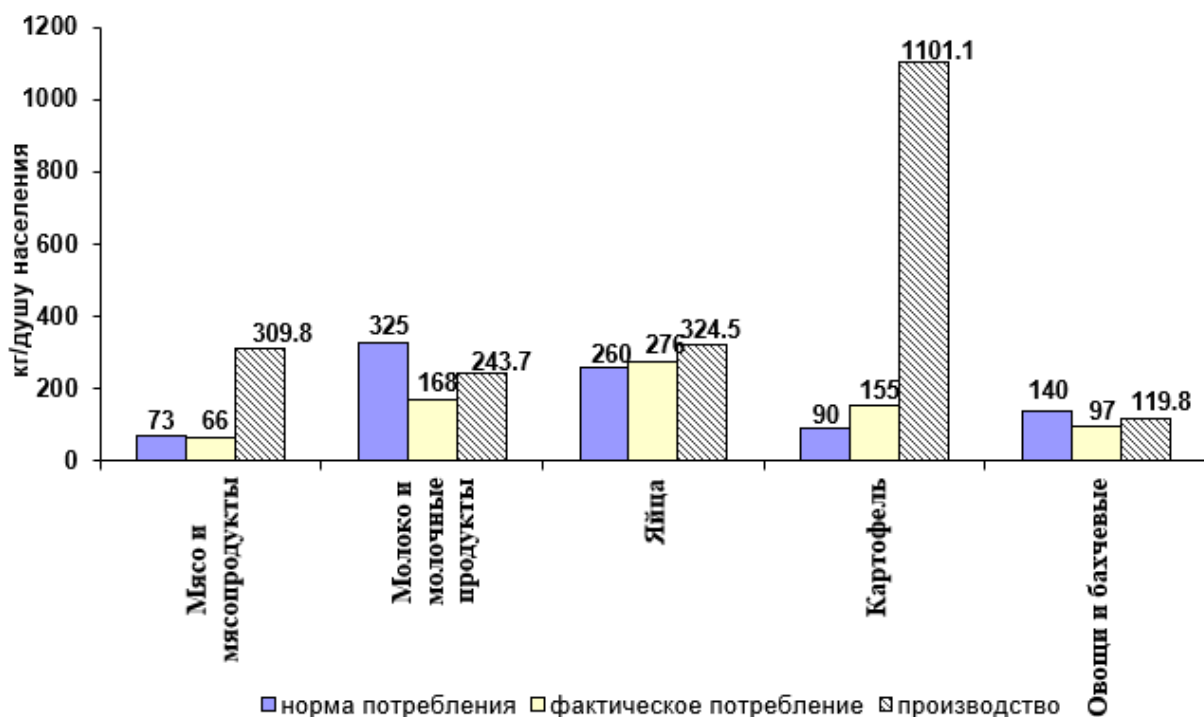


Рисунок 3. Соотношение уровней нормативного, фактического потребления и производства основных продуктов питания в Брянской области в 2018 г., на душу населения в год, килограммов

Существенным положительным сдвигом можно обозначить то, что по большинству основных продуктов питания минимальный уровень собственного производства, обозначенный в Доктрине продовольственной безопасности, удалось достигнуть. Исключение составляет молоко и молокопродукты, овощи и бахчевые – уровень производства которых обеспечивает только 74,9%, 85,5% потребностей населения региона.

Критерием же эффективности функционирования продовольственного рынка является увеличение уровня душевого потребления продуктов питания, которое достигается при условии превышения темпов роста производства продовольствия над темпами демографической динамики (табл. 3).

Таблица 3

Цепные темпы роста производства основных продовольственных ресурсов и численности населения в Брянской области в 2014–2018 гг.

Показатели	Годы					Темпы роста, %			
	2014	2015	2016	2017	2018	2018г. к 2017г.	2018г. к 2016г.	2018г. к 2015г.	2018г. к 2014г.
Мясо и мясопродукты, тыс. тонн	187,9	281,6	302,8	316	373,45	118,2	123,3	132,6	198,7
Молоко и молочные продукты, тыс. тонн	312,7	291,1	293,2	293,6	293,8	100,1	100,2	100,9	94,0
Яйца, млн. штук	406,4	399,9	416	386,4	391,2	101,2	94,0	97,8	96,3
Картофель, тыс. тонн	949,6	1101,3	1144,9	1229,8	1327,4	107,9	115,9	120,5	139,8
Овощи и бахчевые культуры, тыс. тонн	96,1	114,9	119,5	132,7	144,4	108,8	120,8	125,7	150,3
Зерновые и зернобобовые культуры, тыс. тонн	898,6	935,5	1442,4	1715,2	1987,1	115,9	137,8	212,4	221,1
Численность постоянного населения в среднем за год, млн. чел.	1,237	1,229	1,223	1,216	1,205	99,2	98,6	98,1	97,4

Таким образом, в период 2014–2018 гг. в Брянской области наблюдаются положительные темпы роста производства по таким продовольственным ресурсам как по мясо и мясопродукты, картофель, овощи и бахчевые, зерновые и зернобобовые культуры. Рост производства отмечается на фоне отрицательной демографической динамики.

Уровень обеспечения населения региона продовольствием определяется не только степенью насыщенности продовольственного рынка продуктами питания, т. е. состоянием предложения, но и находится в прямой зависимости от покупательной способности граждан.

Если проблема физической доступности продовольствия почти снята, то проблема экономической доступности продовольствия является достаточно острой. Падение доходов, как правило, имеет строго детерминированный результат – сокращение платежеспособности населения.

Так, товарный продукт (эквивалент среднемесячной номинальной начисленной заработной платы) в 2018 г. в исследуемом регионе составил: по свинине – 130,5 кг, говядине – 102,8 кг, курам охлажденным и замороженным – 295,8 кг, молоку – 634,7 л,

хлебу – 872,3 кг, яйцам – 7221 шт., картофелю – 1505,3 кг. Тогда как в 2014 г. денежные доходы населения Брянской области позволяли приобрести 114,2 кг, 104,8 кг, 271,0 кг, 667,4 л, 887,9 кг, 6690 шт. и 1185,5 кг свинины, говядины, кур охлажденных и замороженных, молока, хлеба, яиц и картофеля соответственно.

В общей структуре потребительских расходов, расходы на продукты питания претерпевали изменения. В 1990 г. на питание население Брянской области направляло примерно 37,3% от общей суммы расходов, в период 1991–1995 гг. удельные расходы росли, максимальный их пик пришелся на 1999 г., что связывалось с последствиями кризиса 1998 г. В 2003 – 2006 гг. расходы населения на продовольственные товары в общей структуре потребительских расходов составили 48,7%. В 2014-2018 гг. отмечается рост расходов на питание с 28,5% до 30%, при этом 3,3% приходится на питание вне дома. Положительной тенденцией является снижение доли расходов населения на продукты питания в 2018 г по сравнению с периодом середины 2000 гг. с 48,7% до 30%.

Если сравнивать темпы роста реальных доходов населения и темпы роста расходов потребителей на продовольственные товары видно, что в те периоды, когда реальные доходы населения снижались – увеличивалась доля расходов на продовольствие, и наоборот – рост реальных доходов сокращает долю расходов потребителей на продукты питания, при этом увеличивается удельный вес расходов на непродовольственные товары и прочие социальные нужды.

В общей структуре расходов домашних хозяйств на покупку продуктов питания в Брянской области наибольший удельный вес в 2018 г. занимают расходы на покупку мяса и мясопродуктов – 31%, яиц – 20%, хлебных продуктов – 18% соответственно. Незначительны расходы населения региона на приобретения масла растительного и других жиров, сахара и кондитерских изделий, а также картофеля – 2%, 1% и 1% соответственно (рис. 4).

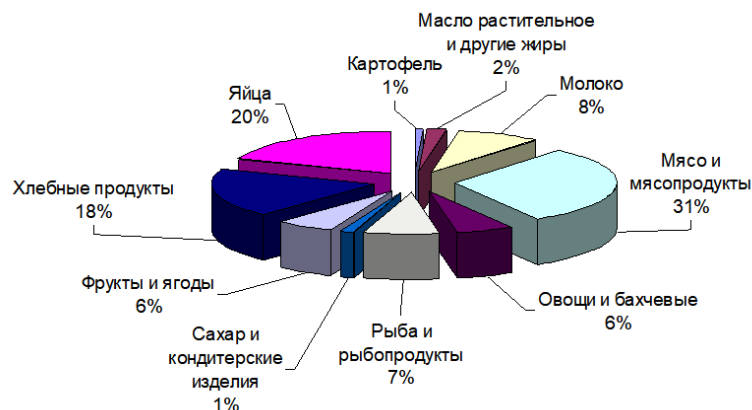


Рисунок 4. Структура расходов домашних хозяйств на покупку продуктов питания в Брянской области в 2018 г., %

Необходимо также отметить, что уровень жизни населения в последние годы немного повысился, а темпы роста цен на продовольствие снизились в 2018 г. к уровню 2014 г. с 117,6% до 105,93. В периоды роста цен на продукты питания, удельный вес расходов на продовольствие сокращался и наоборот (табл. 4). Так, если в 2017 г. цены на продовольствие в среднем возросли на 2,48%, реальные доходы составили 99% к предыдущему году, доля расходов на продукты питания составляла 31,2%.

Таблица 4

Темпы роста реальных доходов населения, потребительских расходов на продовольствие и индексы цен на продовольственные товары в 2014–2018 гг.

Показатели	Годы				
	2014	2015	2016	2017	2018
Реальные доходы населения к предыдущему году, %	100	97	95	99	101,3
Доля потребительских расходов на продовольствие в общей структуре, %	28,5	32,1	32,3	31,2	30,2
Индексы цен на продовольствие, %	117,6	114,2	104,1	102,48	105,93

В 2018 г. доля расходов на продовольствие сократилась и составила 30,2%, поскольку при росте цен на продовольствие на 5,93%, реальные доходы населения региона увеличились на 1,3% к уровню 2017 г.

Однако нельзя не отметить тот факт, что в настоящее время около 13,2% населения области находится за чертой бедности (в 2000 г. – 42,3%), то есть не имеют экономического доступа к продуктам питания первой необходимости.

Наметившийся рост реальных доходов населения привел к снижению коэффициента Джини с 0,392 до 0,389 в 2018 г. к уровню 2014 г. В результате, в последние пять лет сократился разрыв в доходах 10% наиболее и 10% наименее обеспеченного населения с 13,5% до 12,6%., в то время как в 2000г. коэффициент фондов составлял 8,4 раз.

Таким образом, несмотря на наметившийся рост реальных доходов населения региона, снижение индекса Джини и сокращение коэффициента фондов, покупательная способность населения Брянской области по-прежнему остается низкой, что естественным образом объясняет недостаточный уровень потребления продовольствия. В свою очередь платежеспособная возможность населения существенно влияет на развитие производства продуктов питания в регионе.

Анализ продовольственного обеспечения населения региона говорит о том, что несмотря на некоторые подвижки в этом направлении ситуация по-прежнему остается сложной. Насыщенность продовольственного рынка области продуктами отвлекает внимание от сложного положения местных сельскохозяйственных производителей,

предприятий перерабатывающей промышленности, а ведь главное условие эффективного функционирования регионального продовольственного рынка – обеспечение потребностей населения за счет собственных ресурсов.

Причина такой ситуации в сокращении объемов сельскохозяйственного производства, которое, в свою очередь, связывается с катастрофическим износом основных фондов, сокращением сельскохозяйственных угодий, диспаритетом цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию. Отсюда и проблемы перерабатывающей и пищевой промышленности, поскольку основной поставщик сырья для переработки – сельское хозяйство. Износ оборудования, низкая инвестиционная привлекательность местных предприятий и низкая покупательная способность населения – все это также оставляет свой негативный отпечаток.

Таким образом, назрела необходимость в проведении политики государства, направленной на увеличение доходности отечественного агропродовольственного комплекса, создание благоприятных условий по продвижению интересов сельских производителей, перерабатывающих и пищевых производств. Важно, чтобы основная часть дохода переместилась из сферы торговли в сферу производства и переработки сельскохозяйственной продукции. Система продовольственного обеспечения должна иметь достаточный запас прочности, что может быть обеспечено созданием благоприятных экономических условий для функционирования предприятий и отраслей АПК. Для улучшения обеспечения населения области важна эффективная социально-экономическая политика в отношении малоимущих слоев населения, что, в конечном счете, должно способствовать росту платежеспособного спроса на товары.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Приказы. Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания : Приказ Министерства здравоохранения РФ от № 614 : текст с изменениями и дополнениями на 25 октября 2019 года : [подписан Вр.и.о. Министра здравоохранения РФ 19 августа 2016 года]. – Текст : электронный // Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71385784/> (дата обращения: 11.12.2020).
2. Тачкова И.А., Полесская О.П., Муравьева М.А., Назарова О.Г. Концептуальные аспекты управления инновационным потенциалом экономических систем в целях обеспечения их устойчивого роста и развития / Тачкова И.А., Полесская О.П., Муравьева М.А., Назарова О.Г. // European Social Science Journal. 2015. № 7. С. 110-115.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Брянской области. [Электронный ресурс]. – URL: <http://bryansk.gks.ru>. – Текст : электронный.
4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru>. – Текст : электронный.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

УДК 33

Калинина Е.А. Инновационные проекты высокотехнологичных предприятий: особенности управления в условиях институциональных ловушек экономики

Innovative projects of high-tech enterprises: features of management in the context of institutional traps of the economy

Калинина Екатерина Андреевна,

магистрант. Финансовый университет при Правительстве РФ

Научный руководитель: **Помулев Александр Александрович,**

Финансовый университет при Правительстве РФ, к.э.н., доцент

Kalinina Ekaterina Andreevna,

master's student. Financial University under the Government of the Russian Federation

Scientific adviser: Pomulev Alexander Alexandrovich,

Financial University under the Government of the Russian Federation, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Аннотация. В статье анализируются инновации на предприятиях высокотехнологичной сферы как творческие действия и разработка новых идей, которые будут созданы как инновационная замена, инновационная данность и производственные усилия. Делается вывод о недостаточном совершенствовании нормативно-правовой базы управления, организации внутреннего контроля операций, методик по оценке эффективности инноваций в управлении высокотехнологичными предприятиями. Недостаток организации внутреннего контроля операций ведет к необходимости разработки специальных механизмов по оценке эффективности инноваций в управлении высокотехнологичными предприятиями. Сформулирован вывод о том, что выполнение стоимостной оценки потенциала требует повышенного внимания к факту формирования рыночной стоимости инновационного бизнеса в большей степени за счёт интеллектуальных и нематериальных активов. Создание научно-обоснованной методики с целью управления инновационными проектами высокотехнологичных предприятий и оценки результатов поможет обеспечить должное управление как ресурсами проекта, так и персоналом. В работе рассмотрено появление и особенности на рынке России «институциональных ловушек», а также их воздействие на государство.

Ключевые слова: высокотехнологичные предприятия, инновационный проект, инновационная деятельность, нематериальные активы, институциональные ловушки, краудфандинг.

Abstract. The article analyzes innovation in high-tech enterprises as creative actions and the development of new ideas that will be created as an innovative replacement, an innovative given and production efforts. The conclusion is made about insufficient improvement of the regulatory and legal framework of management, organization of internal control of operations, methods for assessing the effectiveness of innovations in the management of high-tech enterprises. The lack of organization of internal control of operations leads to the need to develop special mechanisms to assess the effectiveness of innovations in the management of high-tech enterprises. The conclusion is formulated that the implementation of the valuation of potential requires increased attention to the fact of the formation of the market value of an innovative business, to a greater extent, due to intellectual and intangible assets. Establishing a science-based methodology for managing innovation projects in high-tech enterprises and evaluating results will help ensure proper management of both project resources and personnel. The paper examines the emergence and features of "institutional traps" on the Russian market, as well as their impact on the state.

Keywords: high-tech enterprises, innovative project, innovative activity, intangible assets, institutional traps, crowdfunding.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Введение.

Существенные перемены в сегодняшнем финансовом положении показывают, что идет определенная переориентировка причин и источников, выявляющих финансовый рост. Узкие возможности привычных источников экономического развития опираются на приближение материальных границ их применения, а также и на уменьшающуюся успешность и повышением стоимости события по охране экологии. Это значит, что преимуществом в создании типа экономического развития в XXI веке может являться система инновационных действий, научных познаний, новых техник и изделий, услуг и т.д.

Актуальность темы заключается в том, что сегодня инновации могут быть преподнесены как творческие действия и разработка новых идей, которые будут созданы как инновационная замена, инновационная данность и производственные усилия.

Также в качестве инноваций сегодня появляются такие сферы бизнеса, которые могут служить настоящими «институциональными ловушками», как, например, краудфандинг.

Данная тема хорошо исследована, однако необходимы свежие осмысления проблемы, связанные с появлением новых видов инноваций. Данной проблеме посвящены исследования таких ученых как: А.М. Пласа, А.П. Пригожина, А.П. Савицкой, С.П. Бараненко, О.И. Волкова, а также Л.П. Гончаренко, Ю.А. Арутюнова, и многих других. Например, Л.П. Гончаренко много писала об инновациях, но не затронула эту тему касательно экологизации промышленности.

Целью работы является исследование специфики управления инновационными проектами высокотехнологичных предприятий, а также анализ инноваций на рынке страны.

В связи с этим поставлены задачи:

- рассмотреть особенности управления проектов высокотехнологичных предприятий,
- анализ определений инновационного процесса,
- анализ финансовой составляющей процесса,
- рассмотрение особенностей высокотехнологичных производств,
- анализ причин и последствий появления «институциональных ловушек» на примере краудфандинга.

Методика.

В работе использовались следующие методы исследования: метод анализа, метод сегментации (применительно к отраслям).

Основная часть.

Инновационный процесс имеет множество вариантов и способов осуществления, поэтому он является системой взаимосвязанных событий – от зарождения научной идеи до получения от нее прибыли. Инновационная деятельность – это не просто очередной «проект» для отдельного предприятия, это – необходимость. Необходимо, чтобы специалисты были не просто профессионалами своего дела, а также умели идти на определенного рода риски. По ходу увеличения инновационной финансовой направленности наиболее сильное влияние на воспроизведение производят научные знания, навыки, программы, патенты и лицензионные программы, то есть предметы, у которых нет физического обличия. Идет процесс управления не физическими материями, интеллектуальной деятельностью компании. Производственные изобретения, новые возможности, способы работы базируются на когнитивных, общественно-психологических и культурных основах. По ходу роста инновационного направления в финансовой структуре, увеличение технической работы научных идей и увеличения экономической необходимости нововведений, инновационное управление находит в себе аспекты важного социально-финансового института, которое воздействует на разные области человеческой жизнедеятельности [7].

Развитие инновационного управления как социального института в развитых государствах происходит динамичнее, чем в остальных частях институциональной структуры, потому что источниками роста здесь становятся скопление мировых познаний и умений, которые ведут к переменам в ценностных ориентировках. Находя, включая и распространяя радикальные изобретения, ведущие за собой прогресс, институт инновационного управления фиксирует и увеличивает своё влияние [4]. В ходе роста инновационной работы нужно хорошо представлять характеристики работы всех структур, которые принимают участие в производстве, а также в создании, налаживании, производстве изобретений, их влиянии друг на друга и на окружающий мир, что дает возможность использования системы при строительстве менеджмента и роста инновационной работы на производстве. Использование системного подхода к росту инновационной деятельности зафиксировано в изучении деятельности планового роста компаний и представлении его в виде совокупности фрагментов, которые обеспечивают направленное перспективное изменение характеристик, свойств, качеств компании, учитывая внешние и внутренние действия. [17]

Необходимость использования системного метода к росту инновационной работы высокотехнологичных производств объясняется следующим:

- в ходе инновационного роста производство становится самостоятельной структурой, которая отражает многие связанные фрагменты и может быть расписана на базе системных качеств;

- рост инновационной деятельности становится многоуровневой проблемой, решить которую можно при пользовании преимуществами системного подхода и системного исследования;

- системный подход связывает достижения разных сфер научных познаний и дает возможность успешно соединять их с вопросами роста инновационной деятельности;

- главный функционал системного подхода нацелен на выявление целей и разработку необходимых объединенных путей их получения, что дает возможность достигать самых высоких итогов роста инновационной деятельности производства;

- системный подход восполняет неимение нужных данных при строительстве стратегий и принятии инновационных управленческих решений, дает возможность уменьшить неопределенность и снизить риски в развитии на долгосрочную перспективу [11].

Структура инновационного роста производственной компании – это комплекс многих фрагментов руководства компанией, которые участвуют в создании и определении инновационного планирования, и их связи, выявляющие деятельность планируемого инновационного роста, рассказывающие о его создании и ведении для обеспечения постоянности и успешности роста компании на долгий срок, учитывая достижения задач инновационной работы.

Строительство системы руководства роста инновационной работы производства ведется так:

1. Создание цели и задач инновационного роста производства.
2. Выявление метода системной работы инновационного роста производства.
3. Создание работы инновационного роста производства.
4. Выявление состояния подсистем системы инновационного роста компании и их свойства.
5. Выявление специфических особенностей руководства рабочими системами руководства инновационным ростом производства.

Следует расписать уровни строения структуры инновационных процессов на производстве.

1. Выявление целей и задач инновационного роста производства. Целью инновационного роста становится увеличение устойчивости производства в долгосрочной перспективе на базе перемен качественных и количественных свойств инновационной работы. Эта цель должна быть решена при помощи следующих действий:

- выявление нужного движения роста компании;

- определение свойств инновационной работы компании, которые необходимо поменять;
- выявление приоритетных задач планируемого инновационного роста;
- разработка движений роста инновационной деятельности;
- выявление временных и территориальных рамок перемен инновационной деятельности;
- выработка характеристик и критериев увеличения стойкости роста производства.

2. Выявление метода системного решения инновационного роста производства.

Основан на базе соединения разных научных методов: системного метода, совокупного, преимущественного, функционального, метода действий. Базой создания структуры становится использование процессуально-функционального метода, который по условиям стандарта ИСО 9004-2009 становится успешным методом создания долгосрочного плана по развитию производства. Для создания комплекса производственной разработки может разрабатываться сложная изменяющаяся система. Каждая система имеет характеристики и опции, которые дают ей возможность проявлять себя и достигать установленных задач. Их постановка в системе выявляет характер и свойства её работы [17]. Нужно исполнять условия системного подхода при постановке целей и задач, что дает системный метод. Использование этого метода создается при помощи предоставления инновационного роста по принципу «черного ящика», у которого есть вход, функционал, выход и коммуникативные опции. Вход в систему характеризуется возможностями, выход – задачей работы, а функционал представлен рациональным соответствием руководящих опций, способов, условий, вариантов, методов, которые призваны добиться необходимых задач при помощи самых успешных решений с применением возможностей конкретного числа и качества. Нужно также помнить о взаимосвязи с окружающим миром и коммуникативной функции. Это определяет самый цельный метод к выстраиванию системы. Иерархический метод диктует системе, что её возможно выстроить на 4-х уровнях: 1 – система в общем виде; 2 – её подвиды; 3 – структура системы; 4 – из чего состоит система [19].

Также все системы могут быть комплексом, который состоит из разных подвидов систем. Цели анализа выявляют определение 3-х подвидов таких систем – функциональную, процессуальную и исполнительную подсистемы. Каждая из них также может быть представлена в виде системы меньшего статуса с теми же функциями и качествами системы. Описанные подвиды становятся системами и имеют весь функционал и качества систем. Использование функционального метода объясняется комплексом опций, которые создают инновационный рост производства. Все опции связаны и имеют единую базу в виде опции координирования [15]. Данный метод по большей части показывает качества между функциями инновационной

производственной работы в компании. Процессуальный метод проводится через регламент о работе инновационного роста и выявляет бесконечное перечисление инновационного роста, прямых и обратных взаимосвязей. Профессионалы разных отделов создают действие инновационного роста. Контроль за их деятельностью даст возможность увеличить успешность инновационных процессов и будет формировать стойкость процесса работы компании в общем.

3. Создание работы по инновационному росту производства. Деятельность относительно инновационного роста должна состоять из следующих этапов:

- выявление характеристик инновационного роста производства и его необходимого положения и определение целей роста;
- исследование данного состояния инновационной работы производства;
- выявление дополнительных возможностей и определение направлений инновационного роста производства;
- улучшение структуры, возможностей, опций, качества инновационной работы компании;
- оценивание итога инновационного роста компании;
- составление прогнозов инновационного роста производства на дальнейшую деятельность.

4. Выявление состава подвидов системы инновационного роста компании и их описание. В роли подвидов выступают функциональные и исполнительные подвиды. Первый подвид системы описывает опции системы инновационного роста производства и исполняет роль субъекта руководства. Данный функционал планируемого инновационного роста зафиксирован за текущими отделами производства – отделом анализа и изобретений, производственным отделом, отделом данных и рекламы, экономическим отделом, отделом успешности проводимых мероприятий [18]. Опции могут фиксироваться за подразделениями компании, у которых похожий функционал. Показанные на рисунке опции, связанные между собой прямой и обратной связями, и образуют одно опциональное пространство, от анализа и создания, до исследования успешности планируемого инновационного роста компании. Они соединяются опциями стратегии и руководством планируемого роста. Однородные стрелы показывают, что эта опция прямая для этого отдела, пунктир – что это косвенная опция.

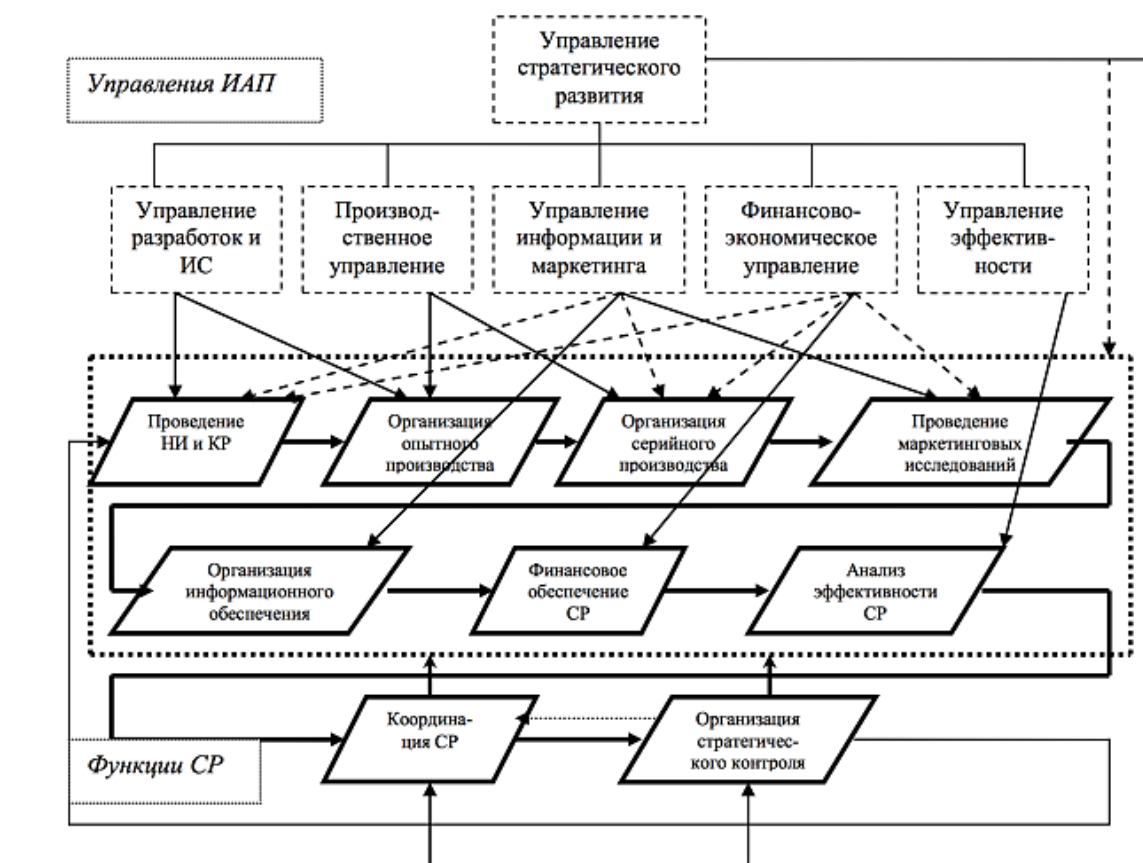


Рисунок 1 Схема функциональной подсистемы управления развитием инновационной деятельности высокотехнологичного предприятия [13]

Исполнительный подвид делится на фрагменты производства, которые ведет деятельность планируемого инновационного роста к выполнению. Сюда входят отделы и профессионалы, которые самостоятельно ведут планы, создают перемены и контролируют процессы. Можно говорить о необходимости воспроизведения комплекса мероприятий по переменам на производстве, которые должны проводиться руководством группы, которая будет осуществлять это мероприятие, контролирующим процесс, начальником инновационных проектов, узкоспециализированными сотрудниками из отделений предприятия [6].

Исполнительный подвид изображен на рисунке 2. Данный подвид системы становится объектом руководства для функционального подвида системы, через руководящие действия на те, кто выполняет опции планируемого инновационного роста. К тому же исполнительный подвид системы становится субъектом руководства для процессуального подвида системы, потому что она сама делает руководящие движения на деятельность планируемого инновационного роста. Исполнительный подвид системы показывает производство планируемого инновационного роста компании, который

состоит в территориально-временной совокупности каждого члена деятельности и упорядочивании их сотрудничества.



Рисунок 2 Схема исполнительской подсистемы системы управления развитием инновационной деятельности высокотехнологичного предприятия [13]

5. Выявление новых параметров управление действующими системами руководства инновационным ростом производства. Базой исполнительного подвида системы становится начальник группы проведения перемен, который объединившись с тем, кто контролирует деятельность изменений и роста, делает все возможное для успешного руководства касаясь движений и программ инновационного роста производства. Начальнику группы обязаны подчиняться начальники инновационных программ или движений роста. Они ведут всю деятельность по собственным проектам. Руководитель группы взаимодействует с опциональными сотрудниками из отделов компании. Каждый из профессионалов делает свой вклад в создание одного или множества проектов и, если нужно, может привлекать дополнительных профессионалов из своего отдела. Так гарантируется плотная работа по всем 3-м подвидам системы инновационного роста производства [14].

Существует 2 вида связей: главные – обозначены жирными сплошными стрелами, и дополнительные – обычные стрелы. Главные связи определяют схему деятельности

исполнительного подвида системы, а дополнительные определяют подвиды между собой. Через введение системы можно достигнуть таких результатов, как:

- 1) Цикличность и успешность ведения действия планируемого инновационного роста компании;
- 2) Продуманный отбор опций планируемого инновационного роста;
- 3) Создание деятельности фрагментов инновационных процессов компании для того, чтобы обеспечить планируемый инновационный рост;
- 4) Исследование и внедрение внутренних и внешних факторов инновационного роста;
- 5) Выполнение целей планируемого инновационного роста производства;
- 6) Возможность вариативного решения задач планируемого инновационного роста;
- 7) Улучшение качества создания изобретений разных видов при помощи контролируемой деятельности функциональной, процессуальной и исполнительной подсистем;
- 8) Продуманное ведение работ и руководство инновационными процессами производства;
- 9) Возможность увеличения конкурентных преимуществ разрабатываемых изобретений при помощи совершенствования качества всех этапов работы, создания и производства в общем;
- 10) Улучшение инновационной динамики компании и осуществление его самостоятельного функционирования и самостоятельного роста при планировании инновационного роста. Для улучшения успешности включения системы в работу производства, нужно провести оценку её структурирования и выявить успешные способы адаптации для разных видов компаний, которые создают широкую линейку инновационных проектов [9].

Вся деятельность высокотехнологичных предприятий на сегодняшний день вполне объяснимо базируется на создании и применении продуктов и технологий, обладающих высоким объёмом интеллектуальных разработок. Самый значимый результат рассматриваемой деятельности для высокотехнологичных предприятий представлен продуктами и процессными инновациями, которые в условиях постиндустриальной экономики служат ключевым фактором происхождения экономической трансформации, а также позволяют обеспечивать очень существенное повышение показателей капитализации. Результативность деятельности зачастую предполагает её самостоятельное применение высокотехнологичными предприятиями или передачу в формате лицензированной основы для некоторых других субъектов рыночных отношений. В любом случае результативность при выполнении инновационных проектов

высокого уровня сложности чаще всего отдалена от старта их выполнения, а также сопряжена с очень заметными расходами. Основываясь на целом комплексе дисконтированных показателей, грамотно оценивать уровень эффективности по осуществляемой инновационной деятельности необходимо с обязательным учётом ряда характерных особенностей [7].

В условиях российской учётной практики в соответствии с п.3. ПБУ 14/2007 нематериальные активы могут быть представлены произведениями науки, литературы и искусства, программами для электронных вычислительных машин, изобретениями, полезными моделями, селекционными достижениями, производственными секретами или ноу-хау, товарными знаками и различными знаками обслуживания, деловой репутацией, возникшей в результате приобретения предприятия в качестве имущественного комплекса.

Нематериальные активы инновационных проектов для высокотехнологичных предприятий являются своеобразной, очень показательной демонстрацией уровня так называемого технологического потенциала, поэтому в современных реалиях является крайне важным учитывать такие активы в NPV, внутренней норме доходности, а также решить вопросы максимально эффективного управления инновационными проектами. Специалисты, осуществляющие деятельность в данной сфере, уделяют повышенное внимание системе функций, процессу принятия управленческих решений и организационной системе, которой обеспечивается реализация инновационных проектов [15].

Совершенствование теории, методологии и практики по организации и внедрению внутреннего контроля операций с нематериальными активами представляет актуальность и востребованность для устойчивости и бескризисной формы развития при достаточно активно расширяющемся конкурентном рынке [16]. В условиях глобальной экономической конкуренции приоритетом обладают предприятия, обеспечивающие максимально благоприятные условия для полноценного ведения интеллектуальной деятельности в секторах, связанных с информационными, а также со всеми телекоммуникационными новинками и нанотехнологиями. Отсутствие обоснованных методов, направленных на определение доходов и чистой прибыли, получаемых за счёт применения нематериальных активов, является причиной неопределённости экономической выгоды, а также невозможности выявления резервов. На этапе постановки на учёт результатов интеллектуальной деятельности высокотехнологичными предприятиями обязательно должны формироваться информационные базы для расчётов уровня инновационной активности, что крайне важно для принятия грамотных управленческих решений в вопросах инновационных проектов [2].

В первую очередь результатом осуществляемой инновационной деятельности на сегодняшний день является появление как новых, принципиально отличных от уже существующих продуктовых инноваций для их продолжительного применения, так и целого ряда требований, предъявляемых к их специализированному обслуживанию. Именно по этой причине к наиважнейшим факторам роста эффективности осуществляемой инновационной деятельности на данный момент можно отнести инжиниринговые услуги, которые оказываются в условиях такого послепродажного обслуживания инновационных продуктов, нацеленных на длительное использование [8].

Исходя из сказанного, можно прийти к выводу, что в условиях выбора временных интервалов для оценки показателей эффективности в обязательном порядке должны учитываться абсолютно любые этапы послепродажного сервиса уже используемой инновации. В этом контексте повышенное внимание уделяется корректному определению результативности и расходов, характеризующих рассматриваемый этап, чем обосновывается выбор оптимальной нормы дисконта с увязыванием экономических интересов, проявляемых со стороны абсолютно всех участников используемого проекта [3].

Немаловажное значение имеет и учёт того фактора, что инновационные разработки, представляющие собой часть инжиниринговой деятельности высокотехнологичных предприятий, способствуют выраженному преобразованию как финансового уровня, так и наиболее значимых экономических показателей. По этой причине крайне важно грамотно и своевременно оценивать воздействие, которое оказывают инновационные технологии на итоговую результативность уже осуществляемой предприятием деятельности [6].

Учитывая тот факт, что используемые инновации способны кардинально менять долю предприятия в условиях рынка сбыта, повышенное внимание уделяется особенностям управленческой функции в отношении инновационных проектов на таких высокотехнологичных предприятиях. При этом именно анализ результативности инновационной деятельности позволяет обеспечить высокотехнологичным предприятиям получение различных дополнительных источников дохода. К примеру, получение прибыли в условиях сопровождения инновационной сферы профессиональными инжиниринговыми услугами, а также при повышении качественных характеристик послепродажного обслуживания продуктов. Кроме всего прочего вполне ощутимая дополнительная прибыль может быть получена по итогам реализации результативности инновационной деятельности, рассматриваемой в качестве простых материальных объектов при осуществлении деятельности патентно-лицензионного характера. Создание инновационных технологий парного применения повышает вероятность получения в дальнейшем экономической целесообразности от вложений

капиталов. Максимально эффективное функционирование таких предприятий предполагает разработку мер для динамичного роста осуществляемой деятельности. Создание динамичности ростовых процессов потенциала основывается на оценке уже действующих и активно применяемых потенциалов с определением стоимости активов материального, а также нематериального типа [12].

Формирование производством интеллектуальных нематериальных активов предполагает привлечение персонала высокой квалификации и совершенствование клиентской базы, создание системы управления знаниями с оценкой и определением степени соответствия потенциала ключевым целям и всем поставленным задачам, которые есть в конкурентной стратегии. Самым стандартным на сегодняшний день подходом является подсчёт чистой приведённой стоимости (NPV) для используемого проекта в целом [10]. С этой целью требуется выделение чистого денежного потока готового проекта, который в бизнес-оценке носит название свободного денежного потока для компании-фирмы (FCFF).

На следующем этапе производится дисконтирование с применением средневзвешенной цены капитала. В этом плане учитывается доходность, требуемая акционером на собственные вложения, размеры процентной ставки, установленной банком, размеры долей по вкладам собственных и заёмных средств. Проще говоря, присутствует очень значительная зависимость величины NPV от условий, которыми определяется финансирование. Как показывает практика, несмотря на выраженную фундаментальность и достаточно широкую распространённость, для NPV характерно наличие пары недостатков, представленных плохим учётом имеющихся активов и зависимостью от схемы, по которой происходит финансирование. Однако при должном внимании к нематериальным активам с учётом особенности управления инновационными проектами высокотехнологичных предприятий подобная проблематика не является неразрешимой. При этом важно понимать, как именно учитываются нематериальные активы, способные давать доход [5].

Одну из указанных выше проблем достаточно легко и быстро можно устранить при помощи расчёта другого показателя, учитывая внутреннюю норму рентабельности. При этом показатель IRR является такой ставкой дисконтирования, в условиях которой NPV равняется нулю. Несмотря на такую кажущуюся простоту, расчёт показателя IRR в некоторых случаях бывает достаточно сложным и проблематичным, что обусловлено отсутствием специальной формулы. В этом плане практика предполагает поиск показателя посредством элементарного подбора (аналогичным образом срабатывает и формула MS Excel) [8]. Интерпретация вызывает меньше сложностей, а смысловое значение показателя является понятным, но не всегда полученный ответ соответствует реальным ожиданиям инвестора. Такое несоответствие обусловлено тем, что уже

рассчитанные NPV и IRR отображаются исключительно как общая эффективность проекта. Исходя из этого, можно определить наличие слияния вопросов, которые касаются уровня доходности собственных и заёмных капиталов, что является недостаточно удобным при необходимости принять решение, потому что для инвестора представляет интерес понимание своей собственной рентабельности. В данном случае, как правило, заработанные финансы используются для погашения кредитных обязательств, а появление личных доходов акционера откладывается на более поздний временной промежуток.

Такой простой учётной величиной, как амортизация, происходит примерное отображение суммы износа оборудования в течение отчётного периода. Достаточно выполнить простые просчёты сумм, чтобы определиться с требуемыми вложениями финансов в приобретение нового оборудования для сохранения стабильности производственных фондов. Цена капитала должна рассчитываться с применением ставки WACC, которую следует просто умножить на стандартный показатель балансовой стоимости капитала высокотехнологичного предприятия. Экономическую прибыль наряду с бухгалтерской доходностью принято считать строго отдельно по каждому отчётному периоду, а для получения единого показателя по всему инновационному проекту, производится дисконтирование аналогично чистым денежным потокам (расчёт NPV), что позволяет получить необходимое и такое важное для высокотехнологичного предприятия значение, именуемое добавленной рыночной стоимостью.

Стоит отметить, что в инновационных проектах любых высокотехнологичных предприятий часто выявляются проблемы исключительно управленческих свойств [11]. Создание научно-обоснованной методики с целью управления инновационными проектами высокотехнологичных предприятий, оценки результатов поможет обеспечить должное управление как ресурсами проекта, так и персоналом.

Если рассматривать понятие институциональных ловушек, то нужно понимать, что это явление - следствие изменения макроэкономических тенденций в экономике. Эти «ловушки» включают как уклонение от уплаты налогов, так и коррупцию и неплатежи контрагентам, а также бартер. Бартер в этом конкретном случае рассматривается как способ ухода от налогов.

То есть институциональные ловушки способствуют пусть и неэффективному, но устойчивому состоянию экономики. Это явление носит долговременный и устойчивый характер, обычно ограничено рамками национальной экономики, зачастую является предвестниками переходных явлений в экономике.

Очень хорошо данное явление описано в зарубежных работах, где вместо термина «институциональная ловушка» используется словосочетание «эффект блокировки». Это понятие означает, что один раз принятое решение отменить нелегко.

Этот неэффективный институт имеет самоподдерживающийся характер, и, при снятии внешнего воздействия, система остается в состоянии «ловушки».

Действительно, сейчас, в период кризиса, вызванного пандемией, мы видим, что усиливается роль бартера между компаниями. Это смягчает последствия негативных влияний кризиса, потому что неподготовленные изменения в экономике для фирм всегда негативны, но есть и отрицательный момент: данные «ловушки» препятствуют экономическому росту в долгосрочной перспективе.

Сегодня в России эффект «институциональных ловушек», - будем называть их так, - только начинает проявляться. Они образовались конкретно из-за того, что долгосрочные и краткосрочные интересы компаний и государственных органов разошлись: государство рассчитывало получать налогов столько же, а лучше, - больше, - в условиях пандемии много ушло на открытие медицинских учреждений, госпиталя, повышение выплат врачам. Однако у компаний тоже кризис, - покупателей стало меньше, они болеют (не говоря уже о повышении смертности населения).

Поэтому у компаний сейчас есть выход, - переходить на бартер, минимизировать затраты, а персонал - переводом на аутсорсинг, заказом проектов у фрилансеров или же вообще закрытием некоторых направлений. Все это снижает выплаты налогов государству, увеличивает нагрузку на службу занятости.

Рассмотрим такой вид «институциональной ловушки» как «краудфайдинг». Начинающие фирмы не могут запустить проекты. Дело в том, что на фоне неплатежей по кредитам со стороны физических лиц банки стали неохотно выдавать новые кредиты людям, у которых нет обеспечения. Как мы понимаем, будущие стартаперы относятся к ним. Поэтому сегодня открываются новые площадки, на которых по принципу «с миру по нитке» начинающие бизнесмены пытаются найти денежные средства на начало проекта. Кто-то - за процент от будущих доходов, кто-то - за идею, кто-то - за упоминание на сайте в качестве жертвователя.

Почему это является разновидностью институциональной ловушки, - эти люди не развивают банковскую систему, платя по кредиту. Почему это устойчивое явление, - законодательно его нельзя запретить. И количество таких площадок растет.

Как может отреагировать государство на данное явление? Введение цифровых денег уже является своего рода ответом, - скоро все платежи будут подконтрольны. А повышение налогов, - прямой ответ государства на «краудфайдинг», - раз у вас есть деньги вкладываться в какие-то проекты или жертвовать, может, вы просто заплатите больше налогов? Кроме того, в 2018 году был подготовлен проект закона о краудфайдинге [1].

Заключение.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что выполнение стоимостной оценки потенциала требует повышенного внимания к факту формирования рыночной стоимости инновационного бизнеса в большей степени за счёт интеллектуальных и нематериальных активов. Как правило, они представлены правом на полученные результаты по осуществляемой инновационной деятельности.

Благодаря такому подходу с использованием экономико-математической модели стоимостной оценки может быть выстроена интегрированная система управления с обязательным учётом роста творческой активности сотрудников, расширением базы клиентов, а также совершенствованием применяемых информационных технологий. То есть управление инновационными проектами актуально и необходимо. Кроме прочего, на действующих высокотехнологичных предприятиях достаточно редко встречаются готовые программы расходов по замене изнашиваемых линий. В большинстве случаев отсутствуют даже годовое планирование в плане текущего инвестирования, поэтому с целью учёта потенциальных затрат вспоминается так называемая амортизация, не являющаяся денежным потоком.

Таким образом, недостаточное совершенство нормативно-правовой базы управления [3], а также организации внутреннего контроля операций, осуществляемых с нематериальными активами в условиях отсутствия адаптированной к специфике инновационных проектов высокотехнологичных предприятий методологии, предопределяют необходимость в дальнейшем осуществлять научные исследования в данной области. Необходимо разработать специальные механизмы по оценке эффективности инноваций в управлении высокотехнологичными предприятиями.

Что касается «институциональных ловушек», также рассмотренных в работе, то их появление закономерно, весь вопрос только в том, что с этим будет делать государство. И удастся ли ему что-то сделать.

Библиографический список

1. Об альтернативных способах привлечения инвестиций (краудфандинге): проект федер. закона: [подготовлен Минэкономразвития России 25 января 2018 г.] // СПС Консультант Плюс.
2. Абакумов Р.Г., Подоскина Е.Ю. Методы оценки эффективности инновационных проектов // Инновационная наука. - 2016. - № 1-1. - С. 11-13.
3. Балашова Е.С. Проблемы правового регулирования инновационной деятельности в России // Инновационная наука. - 2016. - № 3. - С. 62-67.
4. Дубицкая Е.А., Цуканова О.А. Методические рекомендации по управлению инновационными проектами в высокотехнологичных отраслях // Фундаментальные исследования. - 2019. - № 1. - С. 21-25.

5. Загидуллина Г.М., Зайнуллина Д.Р., Мавлютова А.Р., Сиразетдинова Э.Р. Реализация инновационных проектов как основа экономического развития // Российское предпринимательство. - 2017. - № 23. - С. 3725-3738.
6. Косухина М.А. Методика оценки стоимости инновационных проектов для развития инновационной инфраструктуры // Дискурс. - 2017. - № 1. - С. 83-90.
7. Кудряшова А.В. Совершенствование методов оценки эффективности инновационных проектов // Вестник университета. - 2018. - № 9. - С. 50-54.
8. Куликова Н.Н. Особенности управления инновационными проектами на наукоемких предприятиях // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2016. - № 12. - С. 53-55.
9. Манина Т.С. Оценка эффективности инновационных проектов // Молодой ученый. - 2019. - № 21 (259). - С. 221-222.
10. Морозов А.В. Методы оценки эффективности инновационных проектов // Научно-практические исследования. - 2020. - № 6-1 (29). - С. 51-54.
11. Мухамбетов Д. Инновации информационных технологий // Экономика и социум. - 2016. - № 2. - С. 22-25.
12. Павлычева А.В. Инновационная активность российских предприятий // NovalInfo.Ru. - 2016. - № 46. - С. 1-5.
13. Свиридова С.В., Пирогова К.С. Система управления развитием инновационной деятельности промышленного предприятия // Экономинфо. - 2017. - № 3. - С. 59-64.
14. Смирнова Е.А., Богатырёв В.Д. Понятие эффективности инновационных проектов // Colloquium-journal. - 2019. - № 5-5 (29). - С. 60-61.
15. Степанова Ю.Э. Понятие инновационного проекта в системе экономических категорий // Логистические системы в глобальной экономике. - 2016. - № 6. - С. 316-321.
16. Шевченко И.В. Роль инновационного развития как фактора инноваций повышения национальной конкурентоспособности развития // Финансы и развития кредит. - 2018. - № 26. - С. 40-48.
17. Kalimullina A.M., Yungbludb V.T., Khodyrevab E.A. Characteristic Features of Innovation Project Management Aimed at University Human Resource Development // International journal of environmental & science education. - 2016. - No. 9. - pp. 2237-2253.
18. Kristiansen J.N., Ritala P. Measuring radical innovation project success: typical metrics don't work // Journal of Business Strategy. - 2018. - No. 4. - pp. 34-41.
19. Stošić B., Milutinović R. Key Issues to Improve Innovation Project Excellence. – Режим доступа: <https://hatrabbits.com/en/starting-an-innovation-project/> (дата обращения: 20.03.2021).

УДК 33

Сабилов В.Д., Колчина В.В. Влияние искусственного интеллекта на экономические показатели деятельности компании

Impact of artificial intelligence on the economic performance of the company

Сабилов Владимир Дмитриевич,

студент Уральского Государственного экономического университета,
Россия, Екатеринбург

Научный руководитель: **Колчина Вера Викторовна,**

к.п.н., доцент кафедры бухгалтерского учёта,
Уральского Государственного экономического университета,
Россия, Екатеринбург

Sabirov Vladimir Dmitrievich,
student of Ural State Economic University,
Russia, Ekaterinburg

Scientific adviser: Kolchina Vera Viktorovna,
Associate Professor, Candidate of Pedagogical Sciences,
Ural State Economic University

Аннотация. В настоящей статье рассматривается проблема влияния искусственного интеллекта на экономические показатели работы компании. Анализируются статистические данные российских, а также мировых компаний в контексте результативных показателей субъектов экономической деятельности, кроме того, с практической точки зрения, в работе выделяются основные функции искусственного интеллекта.

Ключевые слова: искусственный интеллект, экономика, влияние искусственного интеллекта, экономический эффект.

Abstract. This article deals with the problem of the influence of artificial intelligence on the economic performance of a company. Statistical data of Russian and global companies are analyzed in the context of performance indicators of economic entities. In addition, from a practical point of view, the main functions of artificial intelligence are highlighted.

Keywords: artificial intelligence, Economics, influence of artificial intelligence, economic effect.

Рецензент: Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна - Доктор экономических наук, доцент. ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

Введение. Искусственный интеллект – это прикладная отрасль науки, занимающаяся изучением и моделированием природного интеллекта человека.

Принимая во внимание появление искусственного интеллекта, у представителей бизнеса, политиков и рядовых граждан появляется масса вопросов, связанных с последствиями деятельности искусственного интеллекта.

Дуалистичность мнений обусловлена пониманием искусственного интеллекта как некоей панацеи от множества политических, экономических и социальных проблем. Или же искусственный интеллект – это одиозное явление? И, чтобы не заниматься

экзерцицией, необходим комплексный анализ сущности и последствий влияния современного явления.

Цель исследования рассмотреть понятие искусственного интеллекта и дать оценку влияния интеллекта на экономические показатели деятельности компании.

Основная часть. Понятие «искусственный интеллект» (далее ИИ) описывает способность компьютерных систем самообучаться с помощью данных и выполнять узкопрофильные задачи, с которыми раньше справлялся только человек.

Возможности нейросетей и других технологий ИИ позволяют [1]:

- автоматизировать рутину,
- превращать массивы данных в ценные знания о потребностях, предпочтениях клиентов, рисках, ресурсах и др.

По-нашему мнению, широкому распространению ИИ в бизнесе мешают законодательные барьеры, сложность и дороговизна разработки искусственного интеллекта.

Тем не менее, уже существуют готовые решения в области ИИ. А технологии имеют свойство дешеветь, когда выходят «в народ».

И здесь, совершенно необходимо разобраться и понимать, как компании используют искусственный интеллект. Нами проведён обзорный анализ данного вопроса на основании информации, находящейся в открытом доступе.

С практической точки зрения важно понимать, как компании используют искусственный интеллект. На примере российских, а также мировых компаний можно выделить следующие функции ИИ, которые, в свою очередь, влияют на экономические показатели работы компании:

1. *Оптимизируют бизнес-процессы.* Ввиду того, что большинство вопросов клиентов предсказуемы, например, «Как оплатить товар? Какие вы даёте гарантии на обслуживание? Как сменить тарифный план?» возникает необходимость автоматизировать процесс ответов путём создания чат-ботов.

Судя по опросам респондентов публичного акционерного общества «Сбербанк России», клиентов это вполне устраивает: люди положительно относятся к общению с роботом с условием, чтобы он давал необходимую и точную информацию.

Например, чат-бот компании «МТС» самостоятельно справляется с 80-85 % обращений пользователей. В дальнейшем МТС планирует научить бота не только обрабатывать запросы, но и в подходящий момент предлагать абонентам услуги и продукты, которые им действительно нужны [2].

Ещё один пример робота-помощника – чат-бот «ВкусВилл». Он может подбирать скидки и рацион, находить магазины поблизости, а ещё выступает важным для

компании каналом обратной связи. Через него приходит порядка 4000 полезных отзывов в месяц.

Кроме того, оптимизация бизнес-процессов с помощью роботов происходит и в рекрутинге. Например, в 2016 году на рынке появился проект в рамках стартап Staforу помощника HR-менеджера - «Робот Вера». Конечно, искусственный интеллект на 100 % не может заменить рекрутера-человека, но «Вера» профессионально проводить первичные собеседования, подбирать резюме, обзванивать соискателей. При этом, по мнению компании данный робот, способен всего за 9 часов провести интервью с 1500 потенциальными кандидатами. Скорость отсеивания и подбора персонала «Роботом Верой» уже оценили такие компании, как PepsiCo, IKEA, «Ростелеком». И это далеко не единственная технология ИИ для рекрутинга на рынке [1].

Так же, хотим отметить, что на машинное обучение перешёл поисковый алгоритм HeadHunter, SuperJob использовал в этой сфере чат-бота, а, например, стартап Sever.AI помогает HR-менеджерам X5 Retail Group и «СИБУР».

Безусловно, что разработка, внедрение и усовершенствование чат-ботов требует серьёзных финансовых вложений, но в перспективе существенно сокращает издержки [1].

Искусственному интеллекту, безусловно, можно передать не только простые процессы, с которыми самостоятельно справляется один человек, но и наиболее сложные процессы. В сельском хозяйстве, тяжёлой промышленности и других традиционных отраслях бизнеса, где накапливается большой объем данных, использование ИИ может увеличить производительность в сотни раз. То же касается банковской сферы и сферы страхования, где интеллект применяется очень активно.

Сбербанк эффективно использует искусственный интеллект практически во все своих бизнес-процессах. Так, например, буквально не недавно решения о выдаче кредита юридическому лицу принимали сотрудники, и на это требовалось несколько недель. Сейчас выдачу кредитов согласовывает искусственный интеллект - всего за 7 минут. А компания «Газпром нефть» поручила ИИ вопросы разработки месторождений. Интеллект производит расчёты, которые специалисты делали «вручную», и на основе трёхмерных моделей предлагает оптимальные сценарии для новых и старых нефтяных скважин. Как показывает анализ, варианты ИИ на 20-30 % экономически эффективнее вариантов экспертов [1].

2. *Прогнозируют спрос и поведения клиента.* ИИ выполняет роль контроля ресурсов в розничной точке. Крупные торговые сети используют для анализа и прогнозирования спроса внутренние наработки в области ИИ.

Так, успехом увенчался пилотный проект YDF [4] для «Пятёрочки»: искусственный интеллект научился прогнозировать спрос на акционные товары с точностью до

упаковки в 61 % случаев. МТС с помощью машинного обучения предсказывает посещаемость розничных салонов сети и перераспределяет ресурсы на 15 % эффективнее. А Mail.ru Group разработала технологию для анализа изображений или видеопотока «Vision», благодаря которой можно, к примеру, вовремя обнаружить, что на полках магазина закончились те или иные товары.

Возможность анализа больших массивов данных – это шанс максимально персонализировать предложения, как для отдельных клиентов, так и для групп потребителей.

Торговые сети сегодня могут подбирать ассортимент точки с учётом информации о жителях района и их потребностях, а сервисы – предугадывать поведение пользователя,

Так же YDF [4] разработала для сайта ЦУМа систему персональных рекомендаций, которая повышает конверсию, что для сегмента люкс – уже большое достижение.

3. Контролируют качество и безопасности. Человеку неподвластна та точность, с которой искусственный интеллект способен выполнять рутинные задачи. Именно по этой причине ИИ начинают внедрять на сложных производствах, где приходится соблюдать строгие стандарты качества и технику безопасности.

Так, например, датская пивоваренная корпорация Carlsberg использует ИИ для создания новых сортов пива. Компьютерные системы с высокотехнологичными датчиками отбирают дрожжи и помогают комбинировать тончайшие оттенки вкусов и запахов для продукции.

Valio прибегает к решениям, которые позволяют свести к минимуму контакт сырья с неблагоприятной окружающей средой. А нижегородская Mattler внедрила на птицефабрике «Моссельпром» технологию Morigan.Lean, с помощью которой проще контролировать производительность сотрудников. Компания также предлагает комплексные решения на базе компьютерного зрения для ретейла, нефтегазовой отрасли и строительства.

Искусственный интеллект Mattler способен обнаружить объект в опасной зоне, определить, надел ли сотрудник каску и не нарушает ли он технику безопасности.

4. Упрощают коммуникацию и тайм-менеджмент. В медицине ведутся разработки, которые помогут людям с заболеваниями центральной нервной системы общаться с близкими и врачами. А в мире бизнеса уже тестируются решения в области речевых технологий, которые облегчают коммуникацию обычных людей. Например, машины могут заменить переводчика.

В свою очередь российская компания, разработчик систем машинного перевода «PROMT» накануне чемпионата мира по футболу в 2018 году предоставила дочерней

компании РЖД, «Федеральной пассажирской компании», технологию письменного-голосового перевода, чтобы проводники смогли общаться с иностранными пассажирами. Приложение-переводчик внедрило прямо в специальные устройства контроля легитимности электронных билетов (УКЭБ) – привычный инструмент проводников. Особенно пригодилась функция распознавания и перевода текста на картинках, меню и ценниках.

Не менее полезными могут быть виртуальные помощники будущего, прообразами которых можно назвать «Siri» Apple и «Алису» Yandex. Эти роботы помогают проснуться утром по будильнику или сделать заказ в интернет-магазине, а их «потомки» научатся бронировать авиабилеты, создавать встречи и конспектировать совещания.

Вывод. Проведённый нами анализ сводится к позиции значимости искусственного интеллекта для бизнеса и общества в целом. Уже сейчас ИИ-стратегии используются не только в пилотных проектах, но и в полной трансформации бизнеса.

Библиографический список

1. Искусственный интеллект в бизнесе [Электронный ресурс]/Материал с сайта «Sberbank» – Режим доступа: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_businessj-in-v (дата обращения: 02.02.2021)
2. Чатбот для бизнеса [Электронный ресурс]/Материал с сайта «MTS» – Режим доступа: https://moskva.mts.ru/business/reklama-i-privlechenie/chatbot_dlya_biznesa (дата обращения: 10.02.2021)
3. Робот Вера [Электронный ресурс] /Материал с сайта «Robotvera» – Режим доступа: <https://hr.robotvera.ru/static/newrobot/index.html> (дата обращения: 10.02.2021)
4. Yandex Data Factory [Электронный ресурс] /Материал с сайта «YDF» – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/YandexDataFactory> (дата обращения: 15.03.2021)
5. The New Elements of Digital Transformation [Электронный ресурс] /Материал с сайта « MIT Sloan Management Review» – Режим доступа: <https://sloanreview.mit.edu> (дата обращения: 15.03.2021)

УДК 338:658

Тимербаев Н.Ф., Кузьмин И.А. Развитие инновационных стартапов в России

The development of innovative start-UPS in Russia

Тимербаев Наиль Фарирович

д.т.н, профессор, кафедра «Возобновляемые источники энергии»
Казанский государственный энергетический университет

Кузьмин Илья Александрович

преподаватель

Школа бизнеса «Королевские беседы», Казань

Timerbayev Nail Fanilovich

Doctor of Technical Sciences, Professor, Department of «Renewable Energy Sources»

Kazan State Energy University

Kuzmin Ilya Alexandrovich

teacher

Business School «Royal Talk », Kazan, Russian Federation

Аннотация. Инновационная модернизация экономики России актуализирует развитие стартап-компаний как значимых элементов национальной инновационной системы. В статье осуществляется анализ инновационных стартапов в России. Выявлено, что Россия имеет большие перспективы в создании и успешном функционировании стартапов при внедрении технологических новшеств, однако руководителям таких проектов необходимо оценивать риски, ориентируясь, в первую очередь, на потребности общества в инновационном продукте, что позволяет сделать предложенная автором модель бизнеса стартапа инновационного продукта.

Ключевые слова: инновационные стартапы, индивидуальные предприниматели, стартап-проекты, инвестор, инновационный продукт.

Abstract. Innovative modernization of the Russian economy actualizes the development of start-up companies as significant elements of the national innovation system. This paper presents the analysis of innovative start-UPS in Russia. It is revealed that Russia has great prospects in the creation and successful functioning of startups with the introduction of technological innovations, but the managers of such projects need to assess the risks, focusing primarily on the needs of society in an innovative product, which allows the author to make the business model of a startup innovative product.

Keywords: innovative startups, individual entrepreneurs, startup projects, investor, innovative product.

Рецензент: Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна - Доктор экономических наук, доцент. ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

В условиях нынешней нестабильной экономической ситуации для многих индивидуальных предпринимателей стартапы становятся средством достижения как экономических, так и личных целей. Разработка и внедрение инновации может служить существенным конкурентным преимуществом для стартап-проекта. Создание инновационных стартапов становится одним из наиболее гибких инструментов формирования экономики, с целью улучшения инновационного потенциала страны.

Исследования стартапов в настоящее время являются бурно развивающейся и перспективной областью, свидетельством чему являются работы зарубежных исследователей П. Боланда, Б. Ригго, С. Фелана, А. Робба, Р. Симанса, Дж. Розенберга, Д. Маррона и многих других. В данной статье используется теоретико-методологический подход к систематизации деятельности по развитию стартапов. Деятельность по развитию стартапов в России находится на пути становления, однако с венчурные инвесторы отмечают потенциал и перспективы развития таких проектов. Согласно данным Глобального инновационного индекса в 2020 г., Россия заняла 47-е место из 131, потеряв одну позицию по сравнению с 2019 г. [4].

Стартап – это небольшая организация / компания / проект в любом секторе экономики, которое создается (или планируется создать) с целью поиска и внедрения масштабируемой, воспроизводимой, развиваемой и жизнеспособной бизнес-модели. Стартапы характеризуются относительно короткой историей операционной деятельности с ярко выраженным подъемом бизнеса на начальных стадиях и ориентацией на перспективный, часто неопределенный международный рынок.

По сравнению с традиционным бизнесом, стартап характеризуется наличием следующих составляющих:

- стартап имеет инновационную основу, представляя собой бизнес, который ранее не существовал;
- наличие инвесторов;
- экономически обоснованное перспективное направление, сфера деятельности которого отвечает потребностям целевой аудитории.

Ежегодно во всем мире появляется множество новых компаний, обладающих высоким потенциалом роста, основанным на инновационном продукте и стратегии, направленной на получение прибыли от инноваций [2].

Инновации позволяют стартапам быстро реагировать на происходящие изменения и достигать стратегических целей, которые были бы недостижимы в рамках текущей бизнес-модели.

В зависимости от источника выделяют внешние и внутренние инновации:

- Внешние инновации нацелены на привлечение новых решений, людей и команд с рынка с учетом существующих корпоративных задач.
- Внутренние инновации являются результатом инновационной активности сотрудников компании по обновлению существующих процессов или созданию новых продуктов и сервисов. Инициативы внутреннего предпринимательства нацелены не просто на разработку продукта, но и на его коммерциализацию и вывод на рынок.

По статистике зарубежных стран, уровень выживаемости внутренних стартапов в 4 раза выше, чем внешних (рис.1) [9, с.16].

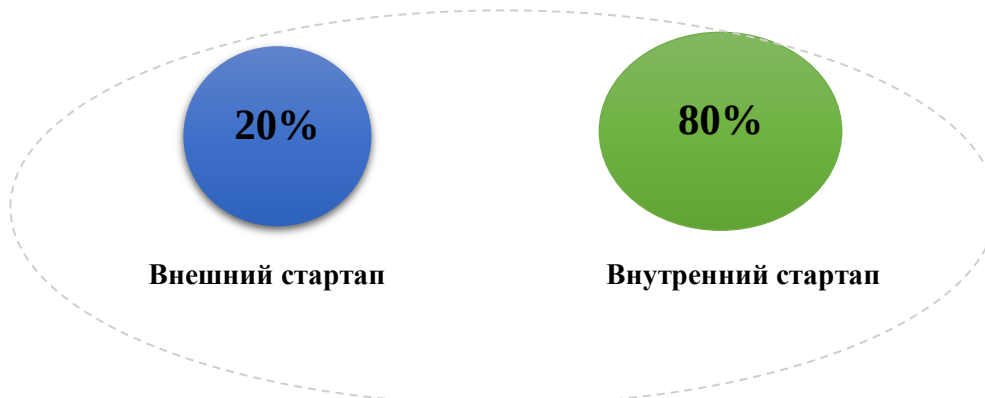


Рисунок 1. Уровень выживаемости стартапов от общего количества, %
**По данным экономики США, Китая, Индии*

Сотрудники являются одним из основных источников инновационных идей для стартапов. Организации, которые не в состоянии создать возможности для развития внутреннего предпринимательства, рискуют в перспективе потерять наиболее сильных сотрудников.

Под внутренним стартапом будем понимать инновационную и проактивную деятельность сотрудников, направленную на:

- создание новых продуктов и сервисов;
- существенное обновление существующих процессов;
- открытие новых бизнес-направлений внутри стартапа. Данная деятельность ведется с принятием возможных рисков и для усиления конкурентного положения компании.

Большинство барьеров, препятствующих развитию внутреннего предпринимательства, связаны с недостаточной гибкостью организационной структуры и слабой корпоративной культурой (неготовность к риску, отсутствие культуры экспериментов, закрытость к новым идеям и т. п.).

Так, например, анализ рынка технологического предпринимательства в России за 2020 г. показал, что количество предпринимателей, считающих свой продукт уникальным, достигает 37%, из которых 17% уверены, что аналогов не существует даже на международном рынке. Чуть более половины опрошенных усовершенствовали уже имеющийся на рынке продукт (51%). Стартапов, предлагающих применение существующих технологий на новых рынках по-прежнему немного – всего 8%. Не считают свой проект инновационным 4% респондентов (рис.2) [5, с.16].



Рисунок 2. Опрос предпринимателей по степени инновационности их продукта, %

В России есть огромный потенциал для развития стартапов. Наиболее подходящей и удобной формой реализации новых стартапов в Российской Федерации является статус индивидуального предпринимателя. Граждане могут заниматься предпринимательской деятельностью без необходимости создания юридического лица в качестве индивидуального предпринимателя с момента их регистрации в качестве такового. Простая процедура регистрации и контроля деятельности индивидуальных предпринимателей идеально подходит для условий начала бизнеса новых участников рынка. Что касается деятельности таких организаций по субъектам Российской Федерации (табл.1), то по критерию инновационной активности лидируют Центральный федеральный округ, Сибирский федеральный округ, Северо-Западный федеральный округ, и Приволжский федеральный округ [11].

Таблица 1

Удельный вес малых предприятий, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, (в общем числе обследованных малых предприятий), по субъектам Российской Федерации, %

	2007	2009	2011	2013	2015	2017
Центральный федеральный округ	3,6	3,6	5,0	5,2	4,3	5,8
Северо-Западный федеральный округ	5,1	4,5	5,9	5,6	4,3	5,5
Южный федеральный округ	3,4	2,7	4,0	2,6	3,5	4,4

	2007	2009	2011	2013	2015	2017
Северо-Кавказский федеральный округ	3,1	2,5	3,5	2,4	1,1	2,9
Приволжский федеральный округ	5,6	5,0	5,4	4,7	5,1	5,2
Уральский федеральный округ	4,3	5,1	5,9	5,9	4,3	4,6
Сибирский федеральный округ	4,8	4,3	5,6	5,7	6,1	5,6
Дальневосточный федеральный округ	2,8	3,6	3,3	2,3	2,9	2,6

В настоящее время в России становится развитым рынок интернет-стартапов и проектов. Так, стартапы, ориентированные на исследования и разработки, владельцы которых имеют большой производственный опыт, характеризуются более высоким коэффициентом привлечения заемных средств, чем стартапы, не имеющие данных навыков.

Касательно финансирования стартап-проектов можно отметить, что в стране действует система грантов для ученых и исследователей, которая помогает обеспечить финансовую поддержку перспективных идей. Государственные гранты являются довольно популярной формой привлечения инвестиций, в основном среди некоммерческих организаций. Гранты от государства или корпорации предоставляются на безвозмездной основе, в денежной или натуральной форме [1].

Еще одним перспективным способом привлечения капитала в стартап является краудфандинг. В России и во всем мире функционирует ряд платформ, которые являются «посредниками» между организаторами стартапов и потенциальными инвесторами. Если в 2011 году оборот мирового рынка краудфандинга оценивался в \$ 1,490 млрд, то в период до 2018 года он увеличился в 10 раз [8]. По данным Российской газета, общий объем заключенных сделок с использованием инвестиционных платформ в России в 2020 году составил более 7 млрд рублей [7].

По мнению ряда исследователей [2;3], перед запуском инновационного стартап-проекта необходимо осуществить оценку его жизнеспособности, включающую в себя следующие элементы:

- уровень и скорость капитализации знаний;
- сбалансированность системы заемного финансирования;
- наличие стоящей и инновационной бизнес-идеи, которая может предложить возможность внедрения новых цифровых технологий;

- использование новых методологий развития стартапов при реализации стартапов (например, бережливый стартап);
- быстрая адаптация проектов к существующим внешним условиям;
- учредители, обладающие достаточным опытом;
- следование горизонтальной организационной структуре управления;
- наличие перспективной рыночной ниши.

Современные компании все чаще используют методы сетевого управления и горизонтальных взаимоотношений. Использование цифровых технологий позволяет вести управленческую деятельность и работать с потребителями в режиме реального времени, а внедрение информационных технологий открывает широкие перспективы для развития бизнеса и способствует повышению эффективности осуществляемой деятельности [6].

По мнению авторов, организаторам стартапов в Российской Федерации следует уделять больше внимания прогнозированию возможных перспектив новых проектов и внедрение технологических новшеств в деятельность бизнеса.

В связи с этим была предложена модель бизнеса стартапа инновационного продукта (рис.3) [10].

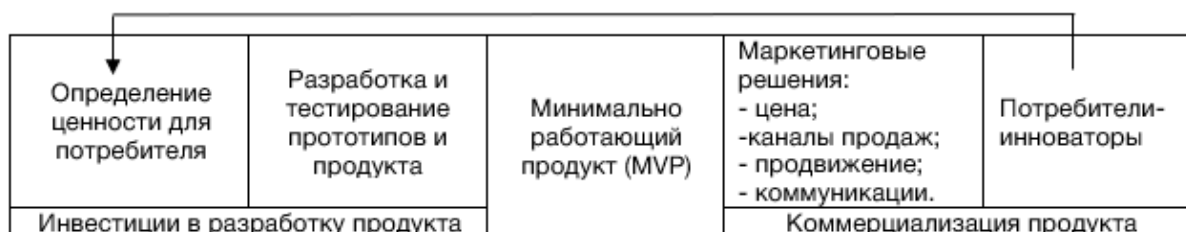


Рисунок 3. Модель бизнеса стартапа инновационного продукта

Предлагаемая модель состоит из двух частей: одна из которых включает инвестиционную фазу разработки и доведения продукта до MVP, и другой, определяющей по возможности возврат средств от первых продаж, частей. Петля обратной связи определяет необходимость по результатам начала продаж вносить изменения как в MVP, так и в модель бизнеса. Левая часть по содержанию имеет характер разработки технологии, дизайна и потребительских свойств продукта, а правая фактически содержит маркетинговые решения по определению цены продукта, средств его продвижения и каналов продаж первым покупателям-инноваторам. Доработка продукта на начальном этапе продаж и поиск «своего» покупателя – процесс реальный практически для любой инновации.

Предприниматели должны быть готовыми при стартапе быстро перестраиваться и адаптироваться к потребителям. Тем более, что в случае успеха инновации со временем появятся новые, в полном смысле слова, покупатели. Ценность нового продукта доносится до потребителей средствами маркетинга, который на этом этапе является ключом коммерциализации инновационного продукта

В заключении стоит отметить, что развитие инновационных стартапов в России представляет собой перспективную область научных исследований с целью теоретико-методологического и практического применения.

Ожидается, что активное развитие инновационных стартапов будет способствовать повышению конкурентоспособности российских товаров и экономическому росту как на региональном, так и на национальном уровне в целом. В будущем стартапы могут стать существенным фактором укрепления национальной экономики.

Библиографический список

1. Белявский О.В. Эффективность системы грантовой поддержки научных исследований // Пробелы в российском законодательстве. 2018. №4. С.395-399.
2. Веселовский М.Я. и др. Развитие инновационных стартапов в России: региональный аспект // Журнал академии стратегического менеджмента. 2017. Т.16. №1. С.19-27.
3. Верников В. А. Бизнес-планирование стартапов в контексте привлечения венчурных инвестиций // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2014. №4 (20). С.77-87.
4. Глобальный инновационный индекс – 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/396120793.html> (дата обращения: 15.02.2021).
5. Исследование рынка технологического предпринимательства в России // Startup Barometer. М., 2020. 46 с.
6. Кичиханова П.М. Стартапы: состояние и развитие // Молодой ученый. 2016. № 3 (107). С. 529-531.
7. Объем рынка краудфандинга превысил 7 млрд рублей // Российская газета. Федеральный выпуск № 36(8387). 18.02.2021.
8. Развитие альтернативных механизмов инвестирования: прямые инвестиции и краудфандинг // Департамент стратегического развития финансового рынка. М., 2020. 29 с.
9. Развитие предпринимательства внутри корпораций: международный опыт и российская практика // Агентство инноваций города Москвы. М., 2020. 82 с.
10. Токарев Б.Е. Модель бизнеса стартапа инновационного продукта // Вестник ГУУ. 2018. №9. С.55-58.
11. Федеральная служба государственной статистики: Наука и инновации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/# (дата обращения: 02.02.2021).

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 339.13

Веряскин П.Г. Особенности проведения исследований спроса и конъюнктуры рынка в сфере гостиничного бизнеса

Features of conducting research on demand and market conditions in the field of hotel business

Веряскин Павел Геннадьевич

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П.Огарёва»
Россия, г. Саранск
Veryaskin Pavel Gennadievich
«Mordovia state University. N. P. Ogareva»
Russia, Saransk

Аннотация. Статья посвящена важности организации и проведения исследований спроса и конъюнктуры рынка гостиничных услуг в условиях жесткой конкуренции и неопределённости. Раскрываются особенности, присущие исследованию рынка гостиничных услуг. Описываются, задачи исследования спроса и конъюнктуры, показатели конъюнктуры рынка гостиничных услуг, а также факторы, воздействующие на конъюнктуры рынка отельного бизнеса.

Ключевые слова: рыночная экономика, индустрия гостеприимства, гостиничный бизнес, маркетинг, спрос, конъюнктура, исследование рынка гостиничных услуг.

Abstract. The article is devoted to the importance of organizing and conducting research on the demand and market conditions of hotel services in conditions of fierce competition and uncertainty. The features inherent in the research of the hotel services market are revealed. The article describes the tasks of research of demand and market conditions, indicators of the market conditions of hotel services, as well as factors affecting the market conditions of the hotel business.

Keywords: market economy, hospitality industry, hotel business, marketing, demand, market conditions, hotel services market research.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Сегодня в условиях сложной экономической ситуации, обострившейся под влиянием пандемии COVID-2019, специалисты всё чётче понимают необходимость организации и проведения исследований спроса и конъюнктуры рынка, дабы подстроить бизнес под новые условия и потребности клиентов.

Актуальность темы данной статьи обусловлена тем, что влияние маркетинговых исследований на функционирование гостиниц с каждым годом повышается, так как с их помощью можно здраво оценить свои возможности на данном рынке, достигать

больших преимуществ по сравнению с конкурентами, привлекать новые сегменты потребителей и, наконец, увеличивать прибыльность бизнеса. К тому же для лучшей ориентации на рынке и лидерства в конкурентной схватке как раз необходимы знания конъюнктуры рынка.

Самая главная задача, лежащая перед исследованиями рынка – это определение того, чего желают получить клиенты, каковы их настроения, предпочтения, финансовые возможности, выявление основных тенденций обслуживания, взаимодействий с внешним миром и так далее. Важно начать с того, что одним из главных этапов любого маркетингового исследования является именно анализ спроса и конъюнктуры рынка. Если говорить о гостиничном бизнесе, то такой анализ является точным и объективным способом изучения тех групп потребителей, которые уже являются клиентами или могут ими стать в перспективе.

Итак, рыночная конъюнктура представляет собой конкретную экономическую ситуацию на рынке в определенный момент времени, представляющую результат взаимодействия факторов и условий, определяющих состояние спроса и предложения на гостиничные услуги, а также уровень цен на них [1, с. 110]. Главными целями исследования конъюнктуры рынка гостиничных услуг является выявление закономерностей и тенденций развития аспектов анализируемого рынка и определение комплекса мер, необходимых для полного удовлетворения спроса клиентуры на производимые услуги и более продуманного использования имеющихся ресурсов отеля.

Обратившись к рисунку 1. можно наблюдать, что в основном выделяют 3 вида факторов, воздействующих на конъюнктуру рынка гостиничных услуг



Рисунок 1. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка гостиничных услуг

Следует отметить, что к задачам исследования конъюнктуры рынка гостиничных услуг относят следующее:

- определение объективных показателей, позволяющих оценить текущее состояние конъюнктуры рынка;
- исследование, анализ и оценка текущего состояния спроса и конъюнктуры рынка, а также прогнозирование и анализ их динамики и тенденций развития;
- установление стабильности и устойчивости его развития при различных изменениях внешней среды гостиничного предприятия;
- выявление периодичности и цикличности развития рынка гостиничных услуг в целом;
- анализ рыночного потенциала анализируемой гостиницы и определение её доли на рынке;
- оценка деловой активности на рынке.

Важно, что информация при исследовании конъюнктуры рынка гостиничных услуг, как и в любом маркетинговом исследовании, является главной ценностью, на основе которой менеджеры и будут делать выводы, поэтому она должна быть всегда актуальной и правдивой. Примечательно, что в соответствии с таблицей 1. при осуществлении самого маркетингового исследования специалистами может быть использована информация 3 видов.

Таблица 1

Виды информации, задействованной в исследовании спроса и конъюнктуры рынка гостиничных услуг

№	Вид информации	Характерные отличия
1.	Общая информация	Описывает рыночную конъюнктуру в целом. Источниками такой информации могут быть: государственная и отраслевая статистика, официальные сайты учёта и отчётности.
2.	Коммерческая информация	В основном данные о производстве и сбыте услуг. Источники: деловая документация, корреспонденция гостиницы, возможно от деловых партнёров.
3.	Специальная информация	Непосредственно представлена данными полевых исследований. Это могут быть результаты опроса клиентов, наблюдение за поведением групп потребителей и т.д.

Также в процессе анализа конъюнктуры рынка организуется регулярные наблюдения за любыми экономическими показателями, провоцирующие сдвиги в соотношении спроса и предложения, соответственно выясняются и причины этих колебаний [2].

В соответствии с таблицей 2. состояние (конъюнктуру) рынка можно охарактеризовать через количественные и качественные показатели.

Таблица 2

Количественные и качественные показатели конъюнктуры рынка гостиничных услуг

Название показателя	Краткая характеристика
1. Масштаб рынка	Емкость рынка, число отелей различных категорий, количество операций на рынке и т.д.
2. Степень сбалансированности рынка	Соотношение спроса и предложения.
3. Тип рынка	Монополистический или конкурентный.
4. Степень деловой активности	Заполненность хозяйственного портфеля фирмы, число и размер заказов, объем и динамика сделок и т.п.
5. Динамика рынка	Изменения основных параметров рынка, их вектор, скорость и интенсивность, основные тенденции.
6. Уровень устойчивости	Колебания основных параметров рынка в динамике и пространстве
7. Уровень рыночного риска	Оценка вероятности потерпеть поражение на рынке.
8. Сила конкуренции	Число конкурентов на рынке и их активность.
9. Средняя норма прибыли	Сумма валовой и чистой прибыли и показатели рентабельности.
10. Цикличность рынка	Положение рынка в определенной точке (стадии) экономического или сезонного цикла.

Необходимо понимать, что исследование рыночной конъюнктуры представляет собой, с одной стороны, анализ рынка, а с другой — существенную часть маркетинга гостиничных услуг в целом. Интересно, что по конъюнктуре рынка можно косвенно установить: в каком состоянии находится анализируемое гостиничное предприятие в текущий момент времени. На основе исследования конъюнктуры рынка отель получает объективную информацию о ситуации на нем. В результате чего появляется возможность проведения прогнозов его развития, что позволяет более четко установить конкурентные преимущества гостиницы в настоящее время и в будущем.

Если говорить об исследовании спроса на гостиничные услуги, то в первую очередь под ним нужно понимать изучение платежеспособной потребности в гостиничных продуктах и услугах. При исследовании спроса выявляются такие показатели как, потребность в продукте, уровень покупательной способности, перспективы изменения структуры потребителей, анализируются демографические факторы (численность, уровень достатка, возраст и т.д.) [4].

Как правило, спрос на гостиничные услуги отличается высокой эластичностью, высокой степенью дифференциации и высокой замещаемостью. Также спрос на гостиничные услуги находится под влиянием разнообразных факторов, которые можно определить как ценовые и неценовые (рисунок 2.).



Рисунок 2. Факторы формирования спроса на гостиничные услуги

Однако все же цена — это основной фактор, влияющий на величину спроса на гостиничные услуги. Как правило, выбор средств размещения, продолжительность отдыха и условия проживания зависят именно от ценового фактора [5].

Интересно, что в соответствии с рисунком 3. движение спроса на гостиничные услуги представляет собой цикл, включающий 5 основных периодов.



Рисунок 3. Цикл спроса на гостиничные услуги

Исследование спроса является важным условием грамотной организации маркетинговой политики отеля. Полученная в ходе исследования спроса информация позволяет руководству и персоналу гостиничного предприятия глубже понять рыночные процессы, предугадать желания клиентов и обосновать те или иные коммерческие решения [3].

Подытожив, можно сказать, что проводя исследование спроса и конъюнктуры рынка, гостиничная организация снижает уровень коммерческого риска. На основе

полученных и систематизированных данных о спросе менеджмент отеля может определить соответствующий сегмент обслуживания и соответствующую рыночную нишу, а также выбрать направление дифференциации услуг и устанавливать оптимальный уровень цен. Также знание спроса даёт возможность для улучшения качества и расширения ассортимента выпускаемых услуг в отеле. Гостиничные компании, игнорирующие маркетинговые исследования вряд ли добьются лидерства на рынке и признания потребителей. В конце концов, такая организация не будет представлять, как работать в современных условиях и будет вынуждена просто уйти с арены.

Библиографический список

1. Джанджугазова Е.А Маркетинг в индустрии гостеприимства, Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 224 с.
2. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме / А.П. Дурович, Л. Анастасова. М.: Новое знание, .2002., с.93.
3. Зайцев А. Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / А.Г.Зайцев, Е.В. Такмакова – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 88 с.
4. Скляр Е. Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 214 с.
5. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов / Б.Е. Токарев. - Москва: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 272 с.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 3/2021

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к
сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2542-0208

Формат 60x84/16. Усл. печ. л.2,6. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна
Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1