

Константинова Ю. А.

Магистрант

Тольяттинский государственный университет,

Россия, Тольятти

**«АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ И
УПРАВЛЕНИЯ НА БАЗЕ ЕВРОПЕЙСКОЙ МОДЕЛИ»**

Аннотация: В данной статье раскрывается сущность инновационного потенциала. Раскрываются идеи необходимости развития инноваций у компаний. Выявляются методы проверки компаний-конкурентов для развития бизнеса и инновационного потенциала для российских компаний, на базе европейской модели анализа.

Ключевые слова: инновационный потенциал, инновации.

Konstantinova Y.A.

undergraduate

Togliatti State University,

Russia, Togliatti

**«Analysis of company's innovative potential and its management based on the
European model»**

Annotation: This article reveals the essence of innovative potential. It reveals the ideas of necessity as well to develop company's innovation. It opens the methods for checking competitive companies to develop the business and innovative potential for Russian companies based on European analysis model

Key words: innovative potential, innovation.

Есть одна знаменитая фраза «Хорошо там, где нас нет». Мы живём в России, но улетаем в отпуск за границу. Мы привыкли сравнивать, что у нас плохие дороги, слабая экономика, бесплатная медицина даст рекомендации, но более детальное обследование можно получить в частной клинике и лучше в Израиле, Германии. Не важно, где, главное не в России. Нас русских не устраивает практически все, мы завидуем европейцам и мечтаем, чтобы и у нас так было, хотя бы не много. А что мы для этого делаем, кроме как мечтаем о лучшем будущем и довольствуемся настоящим? Для того, чтобы что-то изменить, нужно всего-то отказаться от старого и принять новое. Многие люди боятся выбрасывать старые вещи, но ведь именно вклад во что-то новое, в развитие инноваций или нововведений – откроют двери к той европейской мечте, о которой мы так мечтаем. Более того у нас есть такой хороший пример, как Европа.

Термин «инновация» происходит от латинского «novatio», что означает «обновление» (или «изменение»). Инновация не может представлять только новое произведение или нововведение, которое раньше не входила в текущую деятельность. Инновация, однако, в первую очередь повышает эффективность жизнедеятельности и приносит изменение в действующую систему, с целью ее улучшения. Опять же, инновация – это процесс реализации новой идеи в любой сфере жизнедеятельности человека, способствующей удовлетворению существующей потребности на рынке и приносящий экономический эффект [1-3].

Главным звеном в любой организации является выбор разумной стратегии инновационного капитала, которая позволяет выбрать наиболее эффективный способ достижения целей. Эффективное управление экономическим субъектом характеризуется повышением прибыли, где прибыль в свою очередь является конечным результатом любой деятельности организации. Любые инновации следует чётко прогнозировать на будущее. Смогут ли те или иные инновации улучшить финансовое здоровье компании,

вывести на мировой рынок или же инновация принесёт только убытки и непредвиденные расходы.

В самом начале своего пути организация устанавливает для себя цель в виде получения дохода в долгосрочной перспективе. Для организации важно придерживаться задуманной миссии и брать в расчёт другие организации – конкуренты, с точностью похожей целью. Цель любого производства – получение прибыли от производимой продукции. Поскольку в одном деле могут выступать минимум два игрока на рынке, имеет место быть конкуренции. Если организация продаёт товар «А» на протяжении десяти лет, и спустя какое-то время продажи упали, следует рассмотреть вариант инноваций и внести новую идею для своего товара. Цель инновации заключается в достижении задуманного результата в деятельности компании, в виде развития хозяйственной деятельности организации, получении прибыли в ограниченные сроки и ограниченными ресурсами [4-5]. Полученный в течение года доход от внедрения инноваций или нововведений определяется как результат краткосрочных инвестиций.

Рыночные взаимоотношения, где Заказчик продаёт товар, а Поставщик предлагает услуги, всегда связаны с денежным вознаграждением. Улучшить продажи товара «А» можно путём его видоизменения. Например, заменить «начинку» производителя, сменить маркировку, цвет, размер или добавить мощности. Когда все нововведения не может сделать одна компания, следует искать посредников через другие компании. Главные посыл – это никогда не бояться обращаться к иностранным поставщикам, так как скорее всего у крупной европейской компании больше опыта и идей, которые смогут помочь реализовать ваши нововведения.

Но как понять, достойная ли та компания, с которой Продавец будет иметь бизнес или она может принести финансовые риски и потери? В таких вопросах хорошо разбираются тендерные торги. Когда Заказчик выдаёт техническое задание на закупку товара «Б», специалист по закупкам начинает

тендерную процедуру по выбору поставщика услуг. Основное, чем пользуется специалист по закупкам при номинации поставщика – это низкая цена. Второй немаловажный критерий выбора является соответствие техническому заданию и сроками проекта. Третий критерий – это соотношение цены и качества продукта. Однако при условии, если все критерии совпали, поставщик предлагает наименьшую стоимость, соответствует требованиям технического задания, может выполнить работу в заявленные заказчиком сроки, а качество продукта наивысшее, финальным критерием выступает финансовый рейтинг поставщика.

Понятие финансового рейтинга приходит в Россию также из-за рубежа. Любая крупная многомиллионная компания работает за данным критерием оценки. Финансовый рейтинг — это индикатор, который помогает понять, насколько безопасно доверять организации свои деньги. Финансовый рейтинг компании можно разделить на условные обозначения «А», «В», «С», «D», «ND», где «А» – наивысший и лучший рейтинг компании, «В» – хороший показатель по компании, «С» – не удовлетворительный показатель компании, «D» – Негативный показатель компании, «ND» – Анализ по данной компании провести невозможно.

Ещё одним способом выявления благоприятного поставщика услуг является проверка его финансово-хозяйственной деятельности. Порядок проверки потенциальных контрагентов применяется для изучения всех контрагентов, с которыми предприятие планирует заключить договорные отношения. Данный подход помогает минимизировать негативные экономические последствия в инновациях. Проверка финансово-хозяйственной деятельности поставщика услуг осуществляется путём предоставления пакета документов. Базовый список документов для экономического анализа должен включать бухгалтерский отчёт на последнюю отчётную дату и за истекший финансовый год, предшествующий текущему. После проверки экономического анализа по предоставленным

документам, контрагент может быть допущен к сотрудничеству и бизнесу с предприятием, при условии наличия положительного заключения в ходе анализа.

Таким образом, для того, чтобы выйти на новый уровень продаж, необходимо довериться грамотному планированию инноваций. Не стоит бояться сотрудничать с опытными организациями, которые смогут посоветовать, поделиться опытом. Однако, следует помнить об экономических рисках и проверять любую компанию на предмет финансово хозяйственной деятельности. Работа с иностранными специалистами, внедрение базы европейских моделей помогут российской компании увидеть пробелы в своём деле и победить страх принимать новое. Может тогда и нас будут ставить в пример и мечтать, как когда-то мечтали мы.

Библиографический список

1. Балдин, К. В. Инвестиции в инновации / К. В. Балкин. — М.: Дашков и К, 2009.
2. Балдин, К. В. Управление рисками в инновационно-инвестиционной деятельности предприятия / К. В. Балдин, И. И. Передеряев, Р. С. Голов. — М.: Дашков и К, 2009.
3. Бездудный Ф.Ф., Смирнова Г.А., Нечаева О.Д. Сущность понятия инновация и его классификация, 1998, – с. 8;2. 28.Фокс, Дж. Как стать сильным конкурентом. Тактики достижения рыночного преимущества / Дж.Фокс. — М.: Альпина, 2011.
4. Ковалев В. В., Патров В. В., Быков В. А. Как читать баланс: монография /. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 671 с.
5. Литвинова, Д. А. Анализ финансового состояния предприятия / Д. А. Литвинова, СПб.: Издательство «Эксельсиор», 2017. – 104 с.