

УДК 658.11

DOI: 10.34670/AR.2021.23.95.007

**Перспективные технологии управления для повышения
эффективности инновационной деятельности в условиях
импортозамещения**

Овчинников Алексей Павлович

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономической теории и менеджмента,
Российский университет транспорта,
127994, Российская Федерация, Москва, ул. Образцова, 9/9;
e-mail: alexovchinnikov@mail.ru

Аннотация

Целью исследования является анализ и обобщение перспективных управленческих технологий, обладающих потенциалом в условиях импортозамещения. Для достижения поставленной цели проведен анализ перспективных технологий инновационного маркетинга как ключевой управленческой технологии в современных условиях. В исследовании использованы методы статистического анализа, анализа и синтеза. Определена роль предпринимательского сообщества в осуществлении политики импортозамещения. Определена роль современных технологий управления в повышении конкурентоспособности внутренних производителей в условиях политики импортозамещения. Отмечается, что перспективные технологии управления для повышения эффективности инновационной деятельности в рамках стратегии импортозамещения должны охватывать все этапы инновационного процесса от разработки идеи до ее вывода на рынок. Выделены перспективные управленческие технологии в условиях импортозамещения: инновационные методики исследований перспективной продукции, инновационные методики продвижения новшеств.

Для цитирования в научных исследованиях

Овчинников А.П. Перспективные технологии управления для повышения эффективности инновационной деятельности в условиях импортозамещения // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 11А. С. 54-59. DOI: 10.34670/AR.2021.23.95.007

Ключевые слова

Импортозамещение, управленческие технологии, инновационный маркетинг, потенциал, экономика.

Введение

Политика импортозамещения – многоаспектный процесс, степень достижения результатов которого зависит от всех участников и заинтересованных сторон. Государство как ключевой субъект проведения политики импортозамещения, хотя и играет важную роль в обеспечении ее эффективности, не может рассматриваться как единственная заинтересованная сторона, действиями которой осуществление импортозамещения должно ограничиваться.

Ключевую роль в осуществлении политики импортозамещения играют и представители предпринимательской среды. Речь идет не только об использовании преимуществ, предоставляемых в рамках комплекса преференций при осуществлении политики импортозамещения, но и осуществлении мер вне зависимости от воли и ресурсов публичного участника политики импортозамещения. Внедрение перспективных технологий управления в этом смысле следует рассматривать в качестве фундаментального направления повышения эффективности представителей предпринимательства. Повышение конкурентоспособности российских предприятий – обязательное условие эффективной стратегии импортозамещения.

Основная часть

Рассматривая возможности применения перспективных технологий управления в условиях импортозамещения, исследователи обращают внимание на возможности использования менеджмента качества [Зинченко, 2015], эффективных методов управления сбытовой деятельностью организаций [Куликова, 2017], стратегического менеджмента [Моттаева, 2016], применения методов проектного менеджмента [Важенин, 2018], инновационного менеджмента [Верстина, Евсеев, 2016; Ярлыченко, 2017], применения технологий маркетинга в импортозамещении [Антонов, 2020; Старикова, Дубровина, 2020] и другие потенциально эффективные направления использования современных технологий управления.

Важно оговориться, что перспективные технологии управления для повышения эффективности инновационной деятельности в рамках стратегии импортозамещения должны охватывать все этапы инновационного процесса от разработки идеи до ее вывода на рынок. При этом вне зависимости от этапа инновационного процесса обязательным условием обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции и инновационного предприятия является использование методов инновационного маркетинга.

Инновационный маркетинг как перспективная технология управления предприятиями не нашел широкого использования и нередко рассматривается участниками инновационной индустрии как дополнительная необоснованная нагрузка на бюджет, либо как «непознанный» инструментарий, использование которого сопровождается значительными рисками. Между тем именно использование инновационного маркетинга становится базовым фактором повышения эффективности стратегий инновационных предприятий.

Среди наиболее перспективных технологий инновационного маркетинга в условиях импортозамещения можно выделить:

1. Инновационные методы проведения маркетинговых исследований – первый блок технологий, рекомендуемых к внедрению в деятельности инновационных предприятий. Инновационные методы маркетинговых исследований, дополняя «традиционные» формируют основу для выбора инновационной идеи, рыночной ниши инновационной продукции, дальнейшего изменения выбранной стратегии инновационных предприятий. Кроме этого,

инновационные методы маркетинговых исследований позволяют дать надежное обобщение моделей конкурентного поведения, что также может использоваться при выборе стратегий инновационного развития.

Главные тренды в трансформации методов маркетинговых исследований связаны с цифровизацией всех сфер жизнедеятельности и распространением в связи с этим новых технологий сбора, обработки и анализа информации, представляющей коммерческую значимость. Будущее технологий маркетинговых исследований, что может найти отражение и в деятельности инновационных предприятий в условиях импортозамещения, связывают с возможностями использования искусственного интеллекта, анализом больших баз данных. Новые технологии маркетинговых исследований с большой долей вероятности затронут таргетируемые органами государственной власти отрасли экономики в рамках политики импортозамещения.

Среди направления инновационных исследований, обладающих потенциалом, можно выделить:

- анализ моделей потребительского поведения на уже созданных виртуальных ресурсах – сайтах коммерческих организаций;
- использование ресурса мобильных средств связи для осуществления исследований;
- нейромаркетинговые исследования.

2. Инновационные методы продвижения продукции инновационных предприятий. Среди конкретных направлений инновационных методов продвижения продукции можно выделить:

–использование ресурсов мобильного маркетинга. Мобильный маркетинг характеризуется своей повышенной инновационностью (в плане использования многообразных техник инновационной маркетинговой деятельности) и значительным коммерческим потенциалом, что позволит внести вклад в повышение конкурентоспособности отечественных производителей инновационной продукции для целей импортозамещения. Основная целевая аудитория в рамках использования техник мобильного маркетинга – потребители – физические лица, использующие мобильные устройства. Это объясняет особенности используемых в рамках мобильного маркетинга инструментов для увеличения спроса на инновационную продукцию;

- использование потенциала мобильных приложений;
- использование технологий дополненной реальности;
- использование возможностей искусственного интеллекта в продвижении инновационной продукции. Среди направлений использования возможностей искусственного интеллекта в стадии коммерциализации инновационной продукции можно выделить: персонализацию предложений для пользователей; осуществление предиктивной аналитики (прогнозирование действий пользователей, прогнозирование бюджетов инновационных предприятий, сегментацию потребителей на основе значимых для бизнес-модели переменных); использование передовых средств коммуникации (например, чат-боты); использование для целей генерации нового контента, используемого в продвижении инновационной продукции;
- использование возможностей голосового поиска в мобильных устройствах
- использование ресурса социальных сетей
- использование ресурса специализированных блогов, форумов
- компьютерные имитации. Целью компьютерных имитаций является получение достоверных данных о потенциальной коммерческой ситуации в контролируемых условиях. Данный инструмент реализуется на основе лабораторных методов исследования, дополненных компьютерными возможностями моделирования.

Заключение

Вышеприведенные направления использования перспективных управленческих технологий характеризуются своей универсальностью и могут внедряться на большинстве предприятий, осуществляющих инновационную деятельность в условиях импортозамещения. Таким образом, обязательное условие эффективного импортозамещения состоит в повышении конкурентоспособности инновационных предприятий, что можно обеспечить на основе внедрения перспективных технологий управления данными предприятиями.

Библиография

1. Антонов В.Н. Маркетинг импортозамещения: теоретический аспект // Инновационное развитие экономики. 2020. № 2 (56). С. 91-95.
2. Важенин Н.В. Применение проектного менеджмента в малом и среднем предпринимательстве в проектах по импортозамещению // Форум молодых ученых. 2018. № 6-1 (22). С. 649-652.
3. Верстина Н.Г., Евсеев Е.Г. Экономические аспекты внедрения “gamp-up” менеджмента на отечественных промышленных предприятиях // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2016. № 60. С. 13-19.
4. Елагина А.С. Стандарты управления инновационными процессами компании: поиск институциональной модели // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 1А. С. 696-704.
5. Елагина А.С. Структура рынков инновационных товаров: подходы к оценке влияния на эффективность // Крымский научный вестник. 2015. № 2 (2). С. 59-64.
6. Зинченко О.Д. Через менеджмент качества к менеджменту конкурентоспособности и импортозамещению // Управление качеством в нефтегазовом комплексе. 2015. № 1. С. 32-34.
7. Куликова М.В. Менеджмент сбытовой деятельности организации в условиях импортозамещения // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 25.
8. Моттаева А.Б. Роль стратегического менеджмента в конкурентной борьбе в условиях импортозамещения // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-4 (76). С. 1026-1029.
9. Старикова М.С., Дубровина Т.А. Трансформация рыночной среды промышленных предприятий как результат проявления эффектов импортозамещения // Экономика. Информатика. 2020. Т. 47. № 4. С. 771-782.
10. Ярлыченко А.А. Современное состояние импортозамещения в Российской Федерации и необходимость реализации инструментов инновационного менеджмента // Горизонты экономики. 2017. № 6 (39). С. 128-130.

Promising management technologies to improve the efficiency of innovation in the context of import substitution

Aleksei P. Ovchinnikov

PhD in Economics, Associate Professor,
Department of Economic Theory and Management,
Russian University of Transport,
127994, 9, buil.9, Obraztsova str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: alexovchinnikov@mail.ru

Abstract

The aim of the study is to analyze and generalize promising management technologies that have potential in the context of import substitution. To achieve this goal, the analysis of promising technologies of innovative marketing as a key management technology in modern conditions is carried out. The study used methods of statistical analysis, analysis and synthesis. The role of the

business community in the implementation of import substitution policy is determined. The role of modern management technologies in increasing the competitiveness of domestic producers in the context of import substitution policy is determined. It is noted that promising management technologies to improve the efficiency of innovation activities within the framework of the import substitution strategy should cover all stages of the innovation process from the development of an idea to its market launch. Promising management technologies in the context of import substitution are highlighted: innovative methods of research of promising products, innovative methods of promoting innovations. The directions of using promising management technologies are characterized by their versatility and can be implemented at most enterprises that carry out innovative activities in the context of import substitution. Thus, a prerequisite for effective import substitution is to increase the competitiveness of innovative enterprises, which can be ensured through the introduction of promising technologies for managing these enterprises.

For citation

Ovchinnikov A.P. (2021) Perspektivnye tekhnologii upravleniya dlya povysheniya effektivnosti innovatsionnoi deyatel'nosti v usloviyakh importozameshcheniya [Promising management technologies to improve the efficiency of innovation in the context of import substitution]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (11A), pp. 54-59. DOI: 10.34670/AR.2021.23.95.007

Keywords

Import substitution, management technologies, innovative marketing, potential, economics.

References

1. Antonov V.N. (2020) Marketing importozameshcheniya: teoreticheskii aspekt [Marketing of import substitution: a theoretical aspect]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki* [Innovative development of the economy], 2 (56), pp. 91-95.
2. Elagina A.S. (2015) Struktura rynkov innovatsionnykh tovarov: podkhody k otsenke vliyaniya na effektivnost' [Structure of innovative goods markets: approaches to assessing the impact on efficiency]. *Krymskii nauchnyi vestnik* [Crimean Scientific Bulletin], 2 (2), pp. 59-64.
3. Elagina A.S. (2019) Standarty upravleniya innovatsionnymi protsessami kompanii: poisk institutsional'noy modeli [Standards for managing innovative processes of the company: finding an institutional model]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (1A), pp. 696-704.
4. Kulikova M.V. (2017) Menedzhment sbytovoi deyatel'nosti organizatsii v usloviyakh importozameshcheniya [Management of sales activities of the organization in the context of import substitution]. *Moskovskii ekonomicheskii zhurnal* [Moscow economic journal], 2, p. 25.
5. Mottaeva A.B. (2016) Rol' strategicheskogo menedzhmenta v konkurentnoi bor'be v usloviyakh importozameshcheniya [The role of strategic management in the competitive struggle in the context of import substitution]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], 11-4 (76), pp. 1026-1029.
6. Starikova M.S., Dubrovina T.A. (2020) Transformatsiya rynochnoi sredy promyshlennykh predpriyatii kak rezul'tat proyavleniya effektivnosti importozameshcheniya [Transformation of the market environment of industrial enterprises as a result of the manifestation of the effects of import substitution]. *Ekonomika. Informatika* [Economics. Informatics], 47, 4, pp. 771-782.
7. Vazhenin N.V. (2018) Primenenie proektnogo menedzhmenta v malom i srednem predprinimatel'stve v proektakh po importozameshcheniyu [Application of project management in small and medium-sized businesses in import substitution projects]. *Forum molodykh uchenykh* [Forum of young scientists], 6-1 (22), pp. 649-652.
8. Verstina N.G., Evseev E.G. (2016) Ekonomicheskie aspekty vnedreniya "ramp-up" menedzhmenta na otechestvennykh promyshlennykh predpriyatiyakh [Economic aspects of the implementation of ramp-up management at domestic industrial enterprises]. *Ekonomika i sovremennyyi menedzhment: teoriya i praktika* [Economics and modern management: theory and practice], 60, pp. 13-19.
9. Yarlychenko A.A. (2017) Sovremennoe sostoyanie importozameshcheniya v Rossiiskoi Federatsii i neobkhodimost' realizatsii instrumentov innovatsionnogo menedzhmenta [The current state of import substitution in the Russian

-
- Federation and the need to implement innovative management tools]. *Gorizonty ekonomiki* [Horizons of Economics], 6 (39), pp. 128-130.
10. Zinchenko O.D. (2015) Cherez menedzhment kachestva k menedzhmentu konkurentosposobnosti i importozameshcheniyu [Through quality management to management of competitiveness and import substitution]. *Upravlenie kachestvom v neftegazovom komplekse* [Quality management in the oil and gas complex], 1, pp. 32-34.