

РАЗВИТИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

УДК 005.5

Код РИНЦ 82.33.17

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ДИСТРИБЬЮТОРСКИХ КОМПАНИЯХ

© 2019 Антарюк Кирилл Антонович
студент

© 2019 Саямова Янина Геннадьевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: kir.antar.pal@gmail.com, popova_yana@mail.ru

Авторы данной статьи проводят анализ инноваций в дистрибьюторских компаниях. Большое внимание уделено характеристикам предприятий, существующих на рынке дистрибуции. Описаны условия успешной реализации инновационной деятельности в дистрибьюторских компаниях.

Ключевые слова: инновации, новые технологии в управлении, конкурентное преимущество, менеджмент, новые технологии в менеджменте, внедрение инноваций.

Происходящий в настоящий момент переход современного общества в информационную эру характеризуется новым экономико-социальным укладом. Информационно-коммуникационные технологии являются основным элементом функционирования в современном обществе, государстве и бизнесе: именно от наличия данного фактора зависит конкурентоспособность компании на рынке, а также непосредственно ее собственная добавленная стоимость.

Современное рыночное пространство устанавливает высокий уровень инновационной активности, которая, в свою очередь, не только значительно влияет на повышение конкурентоспособности территории, но и является свидетельством развития устойчивой социально-экономической среды. В настоящий момент инновации в российской экономике развиваются лишь под влиянием инерционных тенденций, что провоцирует низкий уровень инновационного роста, а также слабо развитую конкурентоспособность экономики страны. Для того, чтобы преодолеть

данные тенденции, особое внимание необходимо уделять разработке мер, стимулирующих инновационную деятельность на различных уровнях: принимая во внимание и оценивая государство в целом, регион, а также корпорацию. Избегая данное развития и препятствуя его проникновению в работу организации, высока вероятность выйти за пределы конкурентной экономики¹.

На российском рынке в настоящее время особым конкурентным преимуществом пользуются дистрибьюторские компании. Их основная задача заключается в оптовой закупке продукции у производителя, а на следующем этапе - необходимо распространить эту продукцию по территории с помощью дилерской сети или благодаря розничным продажам. Что важно, в некоторых случаях данные предприятия занимаются предоставлением услуг по обучению персонала или, к примеру, монтажу. Весь спектр деятельности напрямую зависит от того, каким образом был составлен дистрибьюторский договор, заключающийся с производителем. Успех в работе данных компаний, а также возможность осуществлять деятельность в значительно удаленных от центра страны регионах, сильно зависит от роста ВВП, а также от того, какими темпами повышается диверсификация экономики. На данный момент благодаря использованию современных инноваций и новых технологий, сильно возрастает как эффективность работы, так и доход предприятий и организаций в сфере дистрибуции, что, в свою очередь, положительным образом сказывается на экономике страны в целом.

Дистрибьюторский рынок характеризуется наличием совершенно различных направлений и отраслей - это могут быть как автомобили, так и компьютерные технологии в IT. Помимо этого, большую роль на рынке играют дистрибьюторы электроэнергии. Принято считать, что именно для данных предприятий и организаций свойственно активное потребление новых технологий и инноваций. Это объясняется тем, что основная деятельность данных компаний происходит непосредственно на рынке высоких технологий.

Согласно мнению многих исследователей, для того, чтобы управление дистрибьюторской компанией было действительно эффективным, доставка товаров должна соответствовать четко выстроенной и отлаженной системе, отлично функционирующие распределительные центры, важно наличие инструментов, которые позволят с точностью планировать распределение и прогнозировать спрос, а также контролировать затратную часть работы. Но так или иначе, любой процесс нуждается в постоянном усовершенствовании, модернизации и оптимизации для того, чтобы удовлетворить клиентов и повысить конкурентоспособность на экономической арене².

Часто, в современном мире, компании хотят на скорую руку придумать какую-нибудь инновацию и этим покорить рынок. Однако, прежде чем инновация превратиться в свое итоговое состояние, она должна стать "культурой" компании³. В принципе, такие процессы должны быть в компании с каждым нововведением, и обязательно преследовать какую-то цель или решать определенную

проблему. На данный момент инновации в сфере дистрибьюторского бизнеса можно разделить на три типа:

- Операционные (трансформация складов, внедрение более современного типа документооборота, внедрение систем управления по KPI). Данные инновации имеют место быть, если предприятие нашло причины снижения эффективности своей деятельности и нацелилась на исправление ситуации. Обычно они требуют от предприятия изменений в цепочке создания ценности и трансформации их с целью минимизации расходов.

- Стратегические (проектирование дистрибьюторской сети, изменения в логической структуре, разработка цепи поставок). Они представляют из себя создание новых бизнес моделей, изменения правил и действий на рынке. Такие инновации - это скорее подход развития, объединяющий креативные и дисциплинарные процессы в компании, возможность осуществить новые идеи, регулирование текущих процессов⁴.

- Тактические (управление складскими запасами, логистическое проектирование, определение транспортной системы). При гибком и грамотном отношении это очень хороший инструмент для осознанного планирования. Непрерывность данных процессов создаст для предприятия идеальные условия для долголетия и процветания, обеспечивая текущую и будущую эффективность его функционирования.

При всем многообразии возможных инноваций, необходимо понимать, что важными факторами для конкретной рассматриваемой компании являются: тип товара, география, ассортимент, необходимый сервис и характеристика каналов сбыта⁵.

Стоит отметить, что инновация, в любом случае, нуждается как в материальных, так и во временных затратах. Это требует серьезных, просчитанных и обдуманных решений, потому что в такие моменты возрастает риск быть неконкурентоспособным. Соответственно, перерыв между вложением средств, энергии и времени должен быть минимальным, либо обоснованным в будущем возвратами инвестиций и восстановлением или преумножением денежного потока компании⁶.

Главной инновационной целью двадцать первого века вполне можно считать автоматизацию рабочих процессов. Она стоит в приоритете на любом крупном или малом дистрибьюторском предприятии. В первую очередь это радикальное изменение эффективности бизнеса и сокращение затрат. Абсолютно для каждой компании, если рассматривать долгосрочную перспективу, это принесет положительный эффект. Конечно же он сугубо индивидуален, но безусловно будет присутствовать⁷. Компаниям необходимо ориентироваться на типы приведенных инноваций, оценивать по ним свои затраты и вычлнять для себя необходимый блок (тип), который требует инновационных процессов, той же автоматизации, а затем, искать возможность внедрить это с минимальными затратами, как временными, так и денежными. Невозможно проводить инновационные процессы сразу во всех сферах - это либо остановит рабочий процесс, либо принесет значительный ущерб экономике компании. Соответственно, следует расставить приоритеты и логическую цепочку событий, которые потребуют наименьшее количество вложенных средств и ресурсов, не

повредят имиджу и репутации компании, позволят полноценно функционировать в любой момент времени⁸.

Важным условием успешной реализации инновационной деятельности дистрибьютора является способность принимать инновационное решение, идти на какие-то риски, предвидеть и успешно разрешать спорные ситуации, возникающие в процессе внедрения новшеств, убирать все преграды, возникающие на пути. А инновации, в свою очередь, привнесут новые стратегии развития, стремления к расширению товарного ассортимента, постоянное поддержание и опережение технологических процессов, сильную конкурентоспособность и, конечно же, сокращение расходов компании. Именно это все и обосновывает необходимость внедрения инновационных процессов в компании, а в современных условиях это еще и жизненно важно для российских компаний.

¹ Мехдиев Теймур Таджадинович Разработка направлений использования информационно-коммуникационных технологий в дистрибьюторских компаниях азербайджанской республики // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 6-2.

² Колипова Юлия Инновационные методы работы зарубежных дистрибьюторов // Ремедиум. 2004. № 4.

³ Миргазимова С.В. Инновационная деятельность в АПК Самарской области // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. - 2008. - Т. 2. - № 18-1.

⁴ Николаева Т.И. Инновационные технологии складской логистики: отечественный и зарубежный опыт // Ответственные за выпуск. - 2017. - С. 93.

⁵ Калиева О.М., Кистерская Л.В. Управление взаимодействием с партнерами в аптечной дистрибьюторской сети. - 2015.

⁶ Ибрагимова Маргарита Хакимовна Особенности деятельности дистрибьюторских компаний в России и перспективы их развития // Интернет-журнал Науковедение. 2016. № 5 (36).

⁷ Халатян С.Г. Факторы и перспективы развития региональных фармацевтических дистрибьюторов в современных условиях: логистический аспект // Вестник РГЭУ РИНХ. 2016. № 3 (55).

⁸ Конюхова Ю.В. Возможность применения имитационного моделирования к оптимизации бизнес-процессов, протекающих в дистрибьюторских компаниях // Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции 08 мая 2018 г. - 2018. - с. 144.

ROLE AND IMPORTANCE OF INNOVATIONS IN DISTRIBUTION COMPANIES

© 2019 Antaruk Kirill Antonovich

Student

© 2019 Sayamova Yanina Gennadyevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Samara State University of Economics

Email: kir.antar.pal@gmail.com, popova_yana@mail.ru

Authors of this article analyze innovations in distribution companies. Much attention is paid to the characteristics of enterprises existing in the distribution market. Researchers describe the conditions for successful implementation of innovation activities in distribution companies.

Keywords: innovations, new technologies in management, competitive advantage, management, new technologies in management, introduction of innovations.

УДК 331.1

Код РИНЦ 06.00.00

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2019 Бетанели Филипп Тенгизович*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: filipp-betaneli74@mail.ru

В статье рассматривается сущность анализа финансового состояния, методы оценки финансового состояния предприятия, а также приведены результаты финансового состояния предприятия ООО "Самарский Стройфарфор".

Ключевые слова: анализ, финансовое состояние, финансово-экономическая устойчивость.

Анализ финансовой устойчивости предприятия - это полное обоснованное изучение финансовых отношений и движения финансовых ресурсов в едином процессе производства. Финансовое состояние предприятия определяется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормальной производственной, коммерческой и других видов деятельности предприятия, целесообразностью и эффективностью их размещения и использования, платежеспособностью и финансовой устойчивостью¹.

Финансовая устойчивость предприятия определяется результатами его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это позитивно влияет на финансово-экономическую устойчивость предприятия, и наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит увеличение ее себестоимости, снижение выручки и чистой прибыли, а следовательно, ухудшение финансово-экономической устойчивости положения предприятия².

Таким образом, устойчивое финансовое положение предприятия не является "счастливой случайностью", это закономерный результат грамотного и умелого управления всей совокупностью элементов, которые определяют итоги хозяйственной деятельности предприятия³.

* Научный руководитель - **Никитина Наталья Владиславовна**, кандидат экономических наук, доцент.