

анализа данных обычно бывают такие решения: возможна ли работа с данным клиентом; насколько длительными, доверительными могут быть отношения с клиентом; какое значение имеет клиент для риэлтерского агентства и его услуг на рынке недвижимости.

Ресурсы, скрывающиеся за правильной организацией процесса управления клиентами, огромны. Но использование этих резервов сопряжено как с проблемами поиска адекватного персонала, так и с ломкой стереотипов и исторически сложившихся корпоративных особенностей управления маркетингом и сбытом компании.

Практика показывает, что только решений руководства по внедрению клиентинга недостаточно. Часто возникает необходимость привлечения внешних специалистов. Поэтому внедрение новых способов управления клиентами лучше осуществлять при поддержке консалтинговых компаний, имеющих опыт подобных проектов.

С точки зрения автора при работе на рынке недвижимости такой маркетинговый инструмент, как клиентинг, необходимо использовать по двум направлениям, представленным в табл. 1.

Таблица 1. Характеристика направлений развития клиентинга

Направление развития клиентинга	Объект исследования	Маркетинговые инструменты
Внешний	Клиенты предприятия	Маркетинговые исследования рынка, конкурентов; сбор информации о клиентах; установление партнерских отношений; продвижение услуг; реклама, система связей с общественностью; расширение пакета услуг и др.
Внутренний	Персонал предприятия	Анализ побудительных мотивов персонала; анализ удовлетворенности; мотивация и стимулирование; профессиональное продвижение; социальное развитие; корпоративная культура; социально-психологический климат; лояльность по отношению к руководству и др.

Необходимо отметить, что в каждом конкретном случае комбинация маркетинговых инструментов будет существенно различаться. Это во многом определяется, прежде всего, личной позицией руководителя, его отношением к системе клиентинга.

Специалисты отмечают, что клиентоориентированный подход в маркетинге недвижимости заключается в использовании объекта не только как отдельного товара, но и в качестве основы для разработки и предоставления целостного набора услуг, востребованных клиентами — покупателями, продавцами и арендаторами. Необходимо учитывать также, что в современных условиях риэлтерское агентство может использовать технологию аутсорсинга, т. е. передачу части функций по оказанию пакета услуг другим фирмам на основании ранее заключенных соглашений.

Литература и источники:

1. Буланова, Н.В. Рынок недвижимости: состояние и перспективы развития. Учебное пособие. — М. : Международная академия оценки и консалтинга, 2014. — 147 с.
2. Иваницкий, И.П. Введение в экономику недвижимости: учебное пособие. — М. : КНОРУС, 2016. — 184 с.
3. Бохан, В.Ф. Риэлтерские услуги: правовые вопросы. — Минск : Дикта, 2012. — 348 с.

Опекун Е.В.

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

opekoun@grsu.by

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Устойчивое социально-экономическое развитие Республики Беларусь зависит от уровня конкурентоспособности предприятий, ключевым фактором которой является непрерывное инновационное развитие [1]. Для привлечения инвестиций в область инновационной деятельности необходимо аргументированное научное обоснование перспективности и эффективности вложений на основе анализа качественных и количественных показателей, с помощью которых может быть оценен уровень инновационности предприятия, определяющий конкурентные преимущества производимой продукции и оказываемых услуг.

Инновационность предприятия является важным конкурентным преимуществом, позволяющим своевременно защитить бизнес от назревающих угроз со стороны внешней среды через систему опережающего и непрерывного поиска новых возможностей адаптации и развития [2]. Инновационность предприятия связана со всеми факторами, влияющими на конкурентоспособность продукта и предприятия, в том числе на формирование рыночного спроса. Таким образом, уровень инновационности предприятия можно рассматривать как меру его конкурентоспособности. Измерение уровня инновационности предприятия необходимо для анализа состояния инновационной деятельности и выяснения на чем должно сосредоточиться предприятие, чтобы максимизировать успех инноваций [3].

Конкурентная среда требует формирования нового механизма управления инновационным развитием предприятия на основании следующих принципов:

- Для эффективного управления, необходимо иметь *систему измерения*. Разработка стратегий, постановка задач, планирование инновационного развития требуют определения специфических количественных показателей эффективности экономической деятельности через сбалансированный набор входных и выходных показателей, характеризующих инновационное развитие, учитывая долгосрочный период зависимостей показателей, который необходимо учитывать.

– Целесообразно использовать *индексный динамический подход* при определении уровня инновационного развития. В качестве анализируемых показателей факторных групп, характеризующих состояние инновационного развития, рассматриваются относительные показатели удельного веса, так как они позволяют корректно анализировать динамику показателей деятельности предприятия.

– *Системный подход* к разработке инструментов управления означает, что предприятие рассматривается как сложная, динамическая и открытая социально-экономическая система, связанная отношениями со своей внутренней средой и взаимодействующая с внешней средой.

– *Процессный подход* рассматривает предприятие с точки зрения процессов, связанных с производственной и предпринимательской деятельностью, организационным обновлением и ростом, а также с развитием и применением стратегии, которая направляет организационные действия, основываясь на последовательности событий, описывающих изменение явлений с течением времени.

– Разработка и реализация стратегии развития инновационной деятельности, на основании *стратегической карты*, главная функция которой — причинно-следственное отображение целей в процессе внедрения стратегии.

– Взаимосвязанное конкретное долгосрочное планирование, направленное на повышение эффективности управления, как предприятия в целом, так и инновационным развитием в частности на основании «*дорожной карты*» — наглядного представления сценария развития предприятия [4].

Управление инновационным развитием рассматривается как самостоятельный вид управленческой деятельности, имеющий специфические особенности [2], которые необходимо учитывать при формировании механизма управления инновационным развитием промышленного предприятия, а именно:

- высокой риск и изменчивость элементов управляемой системы (предприятия), недостаточная определенность инновационной деятельности требуют постоянного осуществления контроля и координации,
- необходимость усовершенствования всех сфер экономической деятельности предприятия при освоении инновационных технологий и продуктов,
- продолжительный период времени получение реальных результатов от осуществления инновационной деятельности,
- условиями интенсивного инновационного развития предприятия являются разработка и использования обоснованных инновационных решений в управлении экономической деятельностью предприятия.

Таким образом, необходимы разработка инструментов анализа состояния инновационного развития предприятий и предложение комплекса мер для повышения конкурентоспособности на основе.

Система мер управления инновационным развитием предприятия, в виде совокупности инструментов, методов оценки и средств воздействия на ресурсы и инновационные процессы, направленных на развитие инновационного потенциала и его преобразование в инновационный продукт и включает:

- систему входных и выходных показателей, динамика изменения которых характеризует инновационное развитие;
- комплекс методик количественного измерения и анализа уровня инновационности;
- данные бухгалтерской учета и статистической отчетности — база объективной экономической информации;
- дорожную карту инновационного развития;
- разработку и обоснование управленческих решений по достижению целей и реализации стратегии;
- новые программные методы государственной поддержки и регулирования, учитывающие все факторы инновационного производства.

Большинство существующих методов оценки состояния инновационного развития позволяет оценить предприятие с позиций статической модели, т. е. текущего состояния развития. Однако необходимо отметить, что анализ динамики изменения состояния развития позволяет получить информацию о том, что предприятие предпринимает (обновление инновационного потенциала подсистем и совершенствования инновационных процессов в результате внедрения и использования новых видов оборудования, технологий, управленческих инноваций и т. д.) для развития инновационной деятельности и как это влияет на эффективность деятельности. Сравнивая показатели отчетных периодов, можно наблюдать динамику инновационности предприятия и в случае отрицательной динамики экономической деятельности в области инноваций принять меры для вывода предприятия из такого состояния. Оценка уровня инновационного развития является исходным этапом в процессе разработки стратегий инновационного развития предприятия.

Устойчивое инновационное развитие предприятия возможно, если инновационный процесс затрагивает все аспекты производства и обеспечивает сочетание факторов, в которых повышается его конкурентоспособность. Механизм управления инновационным развитием промышленных предприятий определяется как набор инструментов, методов оценки и средств воздействия на ресурсы и инновационные процессы, направленных на развитие инновационного потенциала и его превращение в инновационный продукт.

Повышение эффективности управления инновационным развитием предприятий на региональном, отраслевом уровне, возможно за счет создания новых институциональных основ, разработки и применения новых программных методов государственной поддержки и регулирования с учетом всех факторов инновационного производства (технологические, человеческие, финансовые, информационные, экологические, маркетинговые и т. д.) и основанных на:

- объективному и всестороннему изучении факторов производства;
- определении эффективности использования производственных ресурсов;
- контроле состояния инновационного развития;
- определении и измерении внутренних резервов;
- проверке оптимальности административных решений.

Поэтому совершенствование инновационного развития механизма управления экономической системой — целенаправленная и организованная деятельность влияет как на процесс развития системы, так и на инновационные факторы производства и условия их оптимального использования.

Литература и источники:

1. Друкер Питер Ф. Бизнес и инновации: Пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. «Вильямс», 2009. — с. 56
2. Никулина, О.В. Системный подход к управлению инновационным развитием промышленных предприятий // Современные технологии управления, 2012. — № 5 (17). — [Режим доступа к журн.: <http://sovman.ru>]
3. Gamal, D. How to measure organization Innovativeness? An overview of Innovation measurement frameworks and Innovation Audit / Management tools Retrieved from: <http://tiec.com.eg/backend/Reports/MeasuringOrganizationInnovativeness.pdf>
4. Тычинский, А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: — инновационность уже в самом термине содержит элемент новизны и изменений, имеет характер динамичный и развивающийся,

Пашнин А.О., аспирант

УО «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины».

г. Гомель, Республика Беларусь

anton.pashnin@gmail.com

В ПОИСКАХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: КРАУДФАНДИНГ

Новым предприятиям, чтобы быть успешными, необходимы ресурсы, и один из ключевых видов ресурсов, особенно на старте бизнеса, — это финансовые ресурсы. Традиционно на старте бизнеса используются собственные средства и помощь от родственников и знакомых, средства бизнес-ангелов, банковские кредиты или венчурные инвестиции.

За последние годы, с развитием информационных технологий, у предпринимателей появились новые, более простые методы привлечения финансирования. Один из таких методов — краудфандинг (от англ. *crowdfunding*: *crowd* — толпа, *funding* — финансирование) — народное финансирование. Его суть заключается в том, что любой человек или организация может привлечь финансирование на реализацию своего проекта от множества спонсоров с использованием специальных сервисов в сети Интернет. Взносы спонсоров могут быть как добровольными, так и предполагать некоторое вознаграждение.

Краудфандинг позволяет начинающим предпринимателям (в том числе социальным) получить финансирование от потенциальных клиентов или благотворителей без привлечения банковских кредитов или иных источников инвестиций.

А. Швинбахер и Б. Ларралде в 2010 году одними из первых определили краудфандинг как «открытый призыв, особенно с использованием сети Интернет, к предоставлению проекту финансовых ресурсов или в форме пожертвования, или взамен на какую-либо форму вознаграждения с целью поддержки намерений этого проекта» [1]. Е. Моллик в 2014 году предложил более узкое определение краудфандинга: «попытки предпринимателей или групп предпринимателей (культурных, социальных, коммерческих) профинансировать свои проекты путем сбора относительно маленьких денежных взносов с относительно большого количества людей с использованием Интернета, без привлечения обычных финансовых посредников» [2].

Таким образом, можно охарактеризовать краудфандинг следующим образом:

- направлен на привлечение средств на реализацию определенного проекта;
- может осуществляться как отдельными лицами, так и группами лиц (компаниями на разных стадиях своего развития от старта бизнеса (наиболее вероятно) до нормального функционирования), физическими или юридическими лицами, которые создают проект;
- создатели проекта могут иметь различные цели: культурные, социальные, коммерческие;
- сбор денег носит открытый характер, то есть все желающие могут внести свой взнос различного размера;
- сбор обязательно осуществляется с использованием современных информационных технологий — на специальной платформе в сети Интернет;
- продвижение проекта и привлечение спонсоров осуществляются в сети Интернет;
- платежи в пользу проекта осуществляются в сети Интернет с использованием банковских платежных карт или других видов электронных денег — механизм микроплатежей.

Модель краудфандинга реализована с помощью краудфандинговых платформ — специальных сайтов в сети Интернет, на которых предприниматели могут создать свои проекты в целях привлечения средств. Платформа позволяет предпринимателю создать красочную страницу своего проекта с описанием, изображениями, объясняющими видеороликами и прочей информацией, которая должна стимулировать потенциальных спонсоров профинансировать данный проект. Обычно автор проекта перед стартом задает продолжительность сбора средств и желаемую для сбора сумму.

Краудфандинговая платформа выступает своеобразным посредником между спонсором и автором проекта при переводе денег. Спонсор с помощью платежной системы переводит деньги на специальный счет проекта на платформе, которая, в свою очередь, переводит полученные деньги создателю проекта. Деньги авторам проектам обычно переводятся платформой по окончании краудфандинговой кампании, а часто, в случае, если вся желаемая сумма не была собрана, деньги возвращаются спонсорам, а проект признается неуспешным (модель «Всё или ничего»). При этом платформа может взимать комиссию за свое посредничество. Точная схема работы зависит от конкретной модели работы платформы.

В зависимости от общей направленности краудфандинговой платформы различают несколько видов краудфандинга: