

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Введение. Сегодня инновационная деятельность является ключевым аспектом в развитии современной экономики. Новые технологии, продукты и идеи способны улучшать конкурентоспособность компаний, а также стимулировать экономический рост. Для введения успешных инноваций необходимы соответствующие инвестиции, которые не всегда могут быть обеспечены из собственных средств компании.

Основная часть. Инновационная сфера — это особая область человеческой деятельности, где создаются, внедряются и используются инновации, возникающие как результат интеллектуальной деятельности, предназначенный для практического применения в целях достижения экономического и/или социального эффекта, имеющий материальную либо нематериальную форму. Инновационная деятельность представляет собой деятельность по преобразованию новшества в инновацию, комплекс научных, технологических, организационных, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленных на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары, или товары с новыми качествами [1].

Инновационная деятельность осуществляется на государственном и межгосударственном уровнях, в региональных и отраслевых областях, в местных (городских) образованиях. Все участники на этих уровнях преследуют свои цели, поэтому для достижения этих целей строят свою организационную структуру.

Финансирование инновационной деятельности заключается в проектировании, разработке и организации производства новых продуктов, создании и внедрении нового оборудования, технологий, услуг, инжиниринга, разработке и внедрении новых организационных форм и методов управления для обеспечения и использования выделенных средств. Финансирование инновационной деятельности является важной задачей для многих предприятий. Поскольку финансовые ограничения, снижающие инвестиции в инновации, препятствуют долгосрочному экономическому росту, директивные органы должны понимать различные источники финансирования, которые предприятия могут использовать для финансирования своей инновационной деятельности.

Цели системы финансирования инноваций:

- создание условий для накопления и маневра финансовыми средствами;
- обеспечение возможности концентрации финансовых средств на ключевых направлениях инновационной политики.

Финансирование инноваций предполагает поиск источников финансирования и их дальнейшее использование. Исходными принципами, на основе и с учетом которых должна строиться система финансирования инноваций, должны выступать:

- четкая целевая ориентация системы — её увязка с задачей быстрого и эффективного внедрения современных научно-технических достижений;
- логичность, обоснованность и юридическая защищенность используемых приемов и механизмов;
- множественность источников финансирования;
- широта и комплексность системы, т. е. возможность охвата максимально широкого круга технических и технологических новинок и направлений их практического использования;
- адаптивность и гибкость, предполагающие постоянную настройку как всей системы финансирования, так и её отдельных элементов на изменяющиеся условия внешней среды [2].

Источником финансирования является ресурсная база для осуществления инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, включающая несколько основных форм (рисунок 1).

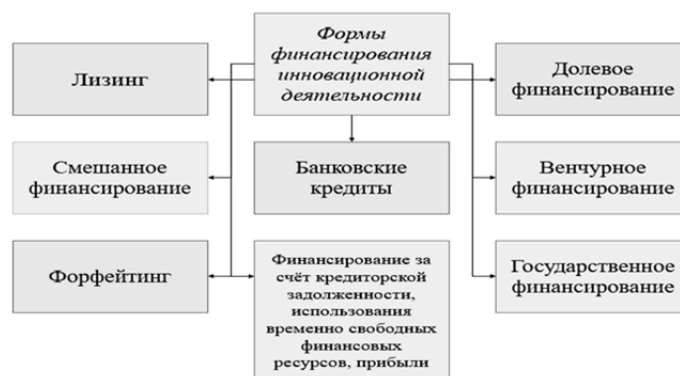


Рисунок 1 — Формы финансирования инновационной деятельности

Наиболее существенным источником финансовых ресурсов при реализации инновационной деятельности предприятий является их собственная прибыль. Данный источник финансирования инновационных проектов, с одной стороны, считается наиболее приемлемым для хозяйствующих субъектов, поскольку в меньшей степени зависит от различных внешних факторов, а, с другой стороны, относится к малодоступным для большей части предприятий, не получающих прибыль в достаточном объеме и в установленные сроки [2].

Государственное финансирование используется для развития приоритетных направлений страны и не предполагает быстрой отдачи вложенных средств. Реализация наукоемких инновационных проектов осуществляется преимущественно за счет бюджетных средств. Существенным недостатком использования государственного финансирования в качестве источника инвестирования инновационных проектов является довольно сложная процедура получения бюджетных средств, что приводит к невозможности использования этих ресурсов для малых и начинающих предприятий.

Для предприятий, организованных в форме акционерных обществ, именно долевое финансирование, основанное на размещении акций среди различных инвесторов, позволяет аккумулировать финансовые ресурсы для реализации самых перспективных инновационных проектов [3]. Самое большое преимущество долевого финансирования заключается в том, что финансовые средства предприятия не возвращаются. Если бизнес вступает в банкротство, то инвестор или инвесторы не являются кредиторами. Они являются совладельцами предприятия, и из-за этого их деньги теряются вместе с компанией.

Банковские кредиты являются одним из наиболее распространенных источников финансирования растущих секторов экономики, особенно на ранних стадиях развития предприятий. Финансирование инновационных проектов коммерческими банками возможно, если данные проекты, во-первых, имеют реальные сроки окупаемости, предполагающие, что срок окупаемости проекта будет короче срока его реализации, во-вторых, у данных проектов есть источники возврата предоставляемых финансовых ресурсов, способных обеспечить существенный прирост инвестированного капитала [4]. Именно использование банковского кредитования считается наилучшим методом финансирования внешних инвестиций.

Одним из не менее важных источников финансирования инноваций в предпринимательском секторе является венчурное финансирование, осуществляемое в форме приобретения части акций венчурных предприятий, еще не котирующихся на биржах, и предоставления кредитов в других формах. Целью данной сделки является обеспечение роста стоимости акций компании за счет реализации перспективного проекта и получение прибыли от разницы в цене покупки или продажи акций.

Следующим источником получения финансовых ресурсов для реализации инновационных проектов является лизинг. Данному источнику финансирования инновационных проектов уделяется достаточно существенное внимание со стороны научной общественности [3]. Особое значение при использовании лизинга в качестве источника финансирования инновационной деятельности предприятий должно уделяться расчету лизинговых платежей.

Смешанное финансирование осуществляется путем привлечения финансовых ресурсов, необходимых для реализации инновационных проектов, из различных источников.

Особый интерес представляет анализ затрат на осуществление инновационной деятельности по различным источникам ее финансирования Республики Беларусь (рисунок 2).

Приведенные на рисунке 2 данные свидетельствуют о том, что наибольшая доля финансирования инновационной деятельности осуществляется из собственных средств предприятий и средств бюджета — 335,3 и 396,1 млн. руб. соответственно. Объем средств иностранных инвесторов на развитие инноваций составляет 71 млн. руб.



Рисунок 2 — Внутренние затраты на научные исследования и разработки по источникам финансирования в Республике Беларусь в 2022 году, млн руб.

Примечание. — Источник: собственная разработка на основе [5]

Заключение. Эффективное финансовое обеспечение инновационной деятельности помогает компаниям реализовывать свои идеи, создавать новые продукты и услуги, а также укреплять свои позиции на рынке. Понимание различных источников финансирования и умение правильно использовать их становится ключевым элементом успешной инновационной стратегии компании.

Список цитируемых источников

1. Источники и формы финансирования инноваций [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bizeducation.ru/library/management/innov/6/finansirovanie.htm>. — Дата доступа: 29.04.2024.
2. Финансирование инновационных проектов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://de.ifmo.ru/bk_netra/page.php?dir=2&tutindex=3&index=76&layer=2. — Дата доступа: 29.04.2024.
3. Самарская, И. М. Источники финансирования инновационной деятельности [Электронный ресурс] / И. М. Самарская. — Режим доступа: <https://journalpro.ru/articles/istochniki-finansirovaniya-innovatsionnoy-deyatelnosti-v-rossiyskoy-federatsii/>. — Дата доступа: 29.04.2024.
4. Электронная библиотека БГУ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/302672>. — Дата доступа: 29.04.2024.
5. Статистический ежегодник 2023 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_78550/. — Дата доступа: 29.04.2024.

УДК 65.659.1

Д. Ф. Закирова

Санкт-Петербургский технологический институт (технический университет),
Санкт-Петербург, Российская Федерация

ВИРУСНЫЙ КОНТЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Введение. Усиление конкуренции на рынке товаров и услуг побуждает бизнес искать новые инструменты маркетинговых коммуникаций для продвижения своей продукции и брендов. Ярким примером среди инновационных методов, применяемых на практике, является вирусный контент, который благодаря развитию интернета стал на сегодняшний день одним из действенных средств маркетинговых коммуникаций, что подтверждается результатами данного исследования.

Сегодня контент в интернете стал заменой книг, телешоу и фильмов. Ежедневно люди поглощают контент в различных его форматах в социальных медиа, где, по данным исследований, проводят в среднем от 3 до 5 часов в день [1]. Зачастую смешные или просто странные видео, посты, фотографии, как может на первый взгляд показаться, оказываются элементами маркетинговых кампаний, цель которых — повышение осведомленности о продукте, услуге или первоисточнике путем бесплатного распространения контента, обусловленного его «вирусностью».

Учитывая, сколько современный человек проводит за просмотром контента в мобильных устройствах, на компьютере и в интернете в целом, актуальность исследования вопроса о вирусном маркетинге как инструменте продвижения товаров возрастает.

Основная часть. С целью выявления целесообразности использования вирусного контента в продвижении товара был проведен опрос в Интернете, в котором участвовало 200 респондентов. Опрашиваемым было предложено 7 вопросов, перечень которых представлен в таблице 1.

Т а б л и ц а 1 — Перечень вопросов для опроса респондентов

Вопрос	Варианты ответов
Пользуетесь ли Вы социальными сетями?	Да Нет
Как много времени Вы проводите за просмотром контента в социальных сетях?	Около часа 3—4 часа 5—6 часов Более 7 часов
Как часто Вы делитесь роликами с друзьями, близкими, коллегами?	Не делюсь 1—2 видео в день 3—4 видео в день от 5 до 15 видео в день более 15 в день
Когда-либо Вы совершали покупку, после просмотра роликов?	Да Нет
Сколько Вам лет?	Да Нет
Из какого Вы города?	Да Нет