

УДК 658.5

***МЕТАМОРФОЗЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ
ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ***

Афанасьев Д.В.¹

аспирант,

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,

Москва, Россия

Аннотация. В неоднородной, динамично меняющейся и напряженной внешней среде для инновационного развития оптовых компаний, составляющих платформенный каркас для товарно-ресурсных и коммерческих потоков, необходимо в системе стратегического менеджмента повысить обоснованность, предусмотреть особенности, варианты и сценарии управления объектами и субъектами для эффективного развития и конкурентоспособности сетей и структурных элементов. В связи с чем целью статьи является определение метаморфоз (изменчивости, вариативности и проблемности) стратегического управления инновационными проектами в оптовой торговле. В статье выделены подходы для определения состава и качества стратегий, проблемы развития оптовых сетей, особенности и перспективы формирования, выбора и внедрения инновационных проектов в оптовой торговле по функциональным, институциональным и иерархическим направлениям.

Ключевые слова: метаморфозы, изменения, форсайт, стратегическое управление, инновационные проекты, оптовая торговля, эффективность управления.

***METAMORPHOSES OF STRATEGIC MANAGEMENT OF INNOVATIVE
PROJECTS IN WHOLESALE TRADE***

¹ Научный руководитель Хабаров В.И., доктор экон. наук, профессор, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия

Afanasyev D. V.

I postgraduate student,

Moscow Financial and Industrial University "Synergy",

Moscow, Russia

Annotation. In a heterogeneous, dynamically changing and stressful external environment, for the innovative development of wholesale companies that make up the platform framework for commodity and commercial flows, it is necessary to increase the validity in the strategic management system, to provide features, options and scenarios for managing objects and subjects for the effective development and competitiveness of networks and structural elements. In this regard, the purpose of the article is to determine the metamorphoses (variability, variability and problematic) of strategic management of innovative projects in wholesale trade. The article highlights approaches for determining the composition and quality of strategies, problems of development of wholesale networks, features and prospects of formation, selection and implementation of innovative projects in wholesale trade in functional, institutional and hierarchical directions.

Keywords: metamorphoses, changes, foresight, strategic management, innovative projects, wholesale trade, efficiency

Развитие оптовой торговли в социально-экономической системе отражает тенденции и проблемы функционирования экономики и производства в стране, оборота и потребления товаров, изменение уровня и качества жизни населения. В связи с чем повышается актуальность стратегического управления, выявления трансформационных и вариативных перспектив повышения устойчивости, наполнения, рассредоточения и территориального размещения оптовых сетей по регионам страны.

Цель статьи - определить метаморфозы (изменчивость, превращения и преобразования) стратегического управления инновационными проектами в

оптовой торговле в условиях неопределенности и нестабильности.

Актуальность проблемы стратегического управления подтверждается и усиливается совокупностью нерешенных задач развития оптовой торговли: а) слабо определенной глобальной ролью и позициями оптовой торговли в логистической цепочке, товароснабжении, в управлении закупками, в системе обеспечения стабильного товарообмена между регионам, повышающем уровень локального производства, б) неопределенным государственным регулированием оптовой торговли и недостаточным развитием государственно-частного партнерства, в) низким уровнем финансирования государственных программ по формированию товарных резервов и осуществлению залоговых и интервенционных закупок, направленных на стабилизацию цен на потребительском рынке и установление ценового паритета в разных регионах страны; г) раздробленностью и низкой оптимальностью оптовых структур, деформацией систем хранения, распределения, транспортировки товаров, д) финансовыми вопросами, инвестирования и кредитования закупочных операций, е) слабой маркетинговой и рекламно-информационной поддержкой инновационного, функционального и технологического развития [5].

Метаморфозы стратегического управления инновационными проектами в оптовой торговле связаны с вариативными превращениями в самом управлении, разнообразными формами деятельности, многовариантными подходами к выбору инновационных процессов по совокупности, ведущим к множеству трансформаций и приобретению нового внешнего вида и функций эмерджентной, полихотомической и ассертивной системы.

Стратегические метаморфозы возникают при поиске ответа на вопрос о выборе концепций, методик и методов стратегического управления, программ развития инновационных проектов, о важности для экономики масштабов оптового конгломерата торгового предприятия, о выборе инструментов для повышения мотивации персонала и взаимодействии с розницей. В упорядочении нуждаются не только стратегии развития компаний, но и

правовые решения относительно внедрения инноваций в оптовой сфере, защиты интеллектуальной собственности и капитала.

Действенным механизмом стратегического управления становится форсайт (стратегия, технология, метод прогнозирования), реализуемый как система стратегического предвидения, управления и маршрутизации будущего. Для оптовой торговли необходимо не только оценивать тренды развития научно-технического процесса и глобальных систем экономики, но выявлять ключевые информационные субъекты и варианты будущего для приведения рыночного поведения «компаний в соответствие со стратегическими целями; генерировать варианты маршрутов и карт продвижения с учетом джокеров, точек бифуркации и «окон возможностей» [7]. По существу, это «разработка альтернативных вариантов сценария будущего с оценкой условий, ресурсов, потенциала, с выбором предпочтительного варианта по критериям оценки», дающих возможность увидеть перспективу объекта объемно [7].

Предпосылки для выбора и реализации стратегии инновационного развития оптового торгового предприятия и оптовой сети связаны с высоким уровнем неопределенности смещений и воздействия «факторов среды, интенсивностью конкуренции, асимметрией информации в отношениях продавец - клиент, высокими стандартами предложения в оптовой и розничной торговле и полиморфным формированием спроса, интенсивной ценовой конкуренцией, нереализованным инновационным потенциалом» [1]. Для стратегического управления актуальным является как качество и компетенции менеджмента, так и аутсорсинг функций менеджмента инноваций, системность информационной и нейросетевой поддержки принятия решений, формирования и развития интеллектуального, цифрового, социального и экологического капитала, расширения объемов финансовых средств для решения инновационных задач.

Стоит подчеркнуть в этой связи мнение Агапцова С.А. и Ломовцевой О.А. относительно использования стратегического управления в классическом

концепте и инструментальном наполнении развития компаний [1]. Исследователь отмечает, что «внедрение инновационных технологий в оптовой сети позволит модернизировать и вывести производственный процесс на новый практико-ориентированный уровень, когда инновационный материал будет разрабатываться для производства конкретного продукта» [1]. Предлагается, что «фундаментальные и прикладные исследования финансироваться государством будут только в случае реальной потребности в инновационном материале в отечественной и мировой промышленности» [1].

Основными целями стратегического управления исследователи называют «определение и назначение главных целей бизнеса в форме анализа внешней среды в перспективе и оценку будущей внутренней ситуации [6]. Создание системы стратегического управления часто ограничивается проблемой, связанной с отсутствием технологии разработки стратегии организации на основе результатов стратегического анализа [6]. При этом менеджеры по мере обобщения и оценки всего перечня методик стратегического анализа осознают, что даже использование всех возможных методики не даёт гарантии получить достоверный результат и разработать самую эффективную стратегию для бизнеса [6]. Проблема связана с отсутствием решений по выбору и механизма реализации стратегий.

Важность оценки эффективности стратегического управления инновационными проектами подчеркивает в своих исследованиях Васина А.В. «Стратегического управления свидетельствуют о различных сочетаниях факторов конкурентоспособности (процессный – стратегические, маркетинговые, географические; управленческий – проектные, маркетинговые; геоинформационный – маркетинговые, географические, цифровые)» [3]. Именно сочетание и комбинация географических, маркетинговых и цифровых факторов составляет научную платформу исследования конкурентных преимуществ бизнеса, связанных с выбором оптимального управления. Подобная научная платформа может быть использована компаниями для

анализа конкурентных преимуществ и оптимизации инвестиционные расходов при разработке методологии стратегического управления, которая рассматривает «процесс проектирования для достижения существенного соответствия между внешней угрозой, возможностью и внутренней отличительной компетенцией регулирования развития» [3].

Андрюшкевич О.А., Денисов И.М., выявляя признаки инновационности, для управления инновационными проектами рекомендуют «совокупность методик и инструментария долговременного планирования; условия для проактивных реакций на турбулентные изменения со стороны внешней и внутренней среды; гибкость управленческих решений; минимизация параметров риска» [2].

Вахитов И.А. акцентирует значимость интеграции в процессе стратегического управления [4]. Стратегические векторы развития базируются на определении глобальных, перспективных задач с использованием тактики как инструмента их реализации, что обеспечивает устойчивое развитие фирмы и направление на эффективное достижение поставленных на долгосрочный период целей путем реализации комплексного плана действий [4]. Формулировка стратегии и обоснование стратегического плана предполагает непрерывность координации и совершенствования стратегии [4].

Иванова Н.А. считает, что для оптовой торговли «инновационные проекты ограничены недостатком инвестиций в НИОКР на создание высокоэффективного оборудования» [5]. «Рынок капитала в стране не отвечает задачам индустриальной политики страны, инвесторы не спешат вкладываться в модернизацию промышленности» [5]. По прежнему ведутся дискуссии о новых долгосрочных инструментах, стимулирующих компании к выходу на публичные рынки, с побуждением населения к долгосрочным инвестициям. Ученые считают, что необходим «общегосударственный план развития НИР и НИОКР» с детальной проработкой по отраслям и сферам деятельности [5].

Разработка инноваций сопряжена со значительными финансовыми

вложениями и вливаниями, при этом «риск невозврата вложений высок, вследствие чего инвесторы неохотно вкладываются в разработку новых технологий» [8]. Рассматривая инновации с позиции влияния нововведений на эффективность хозяйственной деятельности, на состояние окружающей среды, и как затраты для развития инновационного процесса, исследователи представляют стратегическое управление в оптовой системе в виде «комплексного процесса создания, распространения использования новшеств» [8]. «В сети объединяются конкурирующие производства, усиливая тем самым взаимную конкурентоспособность, они сотрудничают на стадиях исследований и разработки технологических процессов, а конкурируют – в процессе реализации новых технологий, в методах завоевания и удержания рынков» [8].

Стратегии управления инновациями видоизменяются при столкновении в проблемой сертификации предприятий при отсутствии открытости критериев оценки, что ставит перед руководством сложные задачи по инвестированию значительных сумм в получение международного сертификата без гарантий достоверности и успешности проверки [9]. Отдельную проблему для оценки представляет отсутствие отраслевой специфики для большинства критериев и рейтингов. Универсальные подходы для компаний различных секторов экономики не учитывают специфику предметной области, что значительно снижает точность и объективность результатов оценки деятельности компаний по уровню инновационной активности, наукоемкости и управляемости бизнеса [9].

Таким образом, в современных условиях стратегическое управление оптовым бизнесом отличается вариативностью и меняется от минимальных разработок на ближайшую перспективу до построения форсайт-систем. Востребованность стратегического управления подтверждается нерешенными и накапливающимися проблемами стратегического и инновационного менеджмента, масштабирования сетей и территориального размещения, инвестиционного и цифрового обеспечения, формирования интеллектуального

капитала, инновационной активности и управляемости. Неминуемое актуальное наполнение бизнес-решений инновациями предполагает выработку последовательных и обоснованных действий стратегического менеджмента с отражением в программах и проектах управления вариантов и сценариев развития бизнес-формирований в условиях неопределенности и рисков.

Библиографический список:

1. Агапцов С.А., Ломовцева О.А., Мордвинцев А.И. Конкурентоспособность предпринимательских структур.- Волгоград: ООО «ПРИНТ», 2001. - 104 с.
2. Андриюшкевич О.А., Денисова И.М. Развитие платформенной экономики: зарубежный опыт. Секция 3 «Опыт стратегического планирования на российских и зарубежных предприятиях». Стратегическое планирование и развитие предприятий: материалы XXIII Всероссийского симпозиума. Москва, 12–13 апреля 2022 г. / под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. М.: ЦЭМИ РАН, 2022. С.235-238.
3. Васина А.В. Развитие механизма стратегического управления параметрами инновационных проектов на промышленных предприятиях / Диссертация канд экон наук. 2019. -150 с.
4. Вахитов И.А. Стратегическое управление фирмой в современных условиях: теория и методология // Актуальные исследования. 2024. № 3-3 (185). С. 54-58.
5. Иванова Н.А. Стратегическое управление инновационными экономическими системами на основе оценки конкурентоспособности // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 4. № 10 (139). С. 100-107.
6. Лесникова Э.П., Максимова Т.И., Нечаева С.Н., Трунова Е.Б. Особенности

- коммерческой и инновационной деятельности в оптовой торговле // Экономика и экологический менеджмент. 2018. №1. С. 72-79.
7. Севостьянова О.Г. Форсайт прогнозирование: стратегическое управление нового времени // Социальные и экономические системы. 2023. № 4-2 (46). С. 244-255.
 8. Стоянова А.Д., Трофимец В.Я., Калач А.В. Системный анализ и управление корпоративными организациями на основе ESG-подхода // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2023. Т. 11. № 1 (40). С. 4-5.
 9. Толстых П.А., Бурганов Р.А. Стратегическое управление компанией в условиях экономического кризиса // Научный альманах. 2023. № 1-1 (99). С. 36-38.

Оригинальность 95%