

врасплох, производит неизгладимое впечатление, он не оставляет шансов остаться безучастным. Он настигает потребителя именно там и в то время, когда созданы все шансы для того чтобы потенциальный клиент стал реальным. При этом приемы партизанского маркетинга не теряют своей актуальности по мере роста и развития предприятия. Меняются лишь задачи, которые решаются с его помощью и его составляющая в общей совокупности маркетинговых мероприятий. С одной стороны, партизанский маркетинг логичен, а с другой – совершенно неформален. Неосознанно люди потребляют плоды креативной мысли специалистов ежедневно и в больших количествах.

Таким образом, грамотная комбинация использования инструментов малобюджетного маркетинга позволяет выполнить все задачи, стоящие перед маркетологом в «партизанских» условиях: минимизировать расходы; скрывать свою деятельность от конкурентов; отобрать максимально таргетированную аудиторию; получить наилучшее соотношение полученной прибыли к затраченным ресурсам; в режиме реального времени отслеживать эффективность маркетинговых мероприятий и своевременно вносить необходимые коррективы, способствуя, тем самым, повышению конкурентоспособности субъекта предпринимательской активности на рынке. Подводя итог сказанному, можно с уверенностью заявить, что методы партизанского маркетинга в умелых руках могут принести в десятки раз больше пользы, нежели все, что было использовано до этого.

Список литературы

1. *Арзуманян А.* Партизанский маркетинг [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.advertiser-school.ru/advertising-theory/guerrilla_marketing.html.
2. *Кузнецова Е.Ю., Шуянцева Н.В.* Партизанский маркетинг как метод «малобюджетного» продвижения в системе современных методов управления конкурентоспособностью предприятия // Экономика, управление, финансы: материалы III международного науч. конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). Пермь: Меркурий, 2014. С. 118-120.
3. *Левинсон Дж.* Партизанский маркетинг. М.: Манн, 2012. 180 с.
4. *Хенли П., Левинсон Дж.* Добро пожаловать в маркетинговую революцию. СПб., 2006. 205 с.

Н. В. Горожанцева, научный руководитель Е.В. Евплова
Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Челябинск, Россия
N.V. Gorozhantseva, E.V. Evplova

South Ural State University of Humanities and Education, Chelyabinsk, Russia
gnatasha_74@mail.ru, Ekaterina@evplova.ru

Инновационный менеджмент в современной России
Innovation management in modern Russia

Аннотация. *В настоящее время процесс инноваций стал одной из наиболее важных составляющих современного менеджмента. Потребность в нем обусловлена тем, что под влиянием многочисленных новшеств технической базы, а также переменам в экономике формируются большое количество новых потребностей. Иными словами, все это возможно вследствие использования инновационной деятельности людей, составляющей основу любой инновации. Однако, в России существует ряд проблем, влияющих на конкурентоспособность нашей страны на внутреннем рынке, и на внедрение инновационных изобретений.*

Abstract. *Currently, the process of innovation has become one of the most important components of modern management. Demand for it is because under the influence of numerous innovations and technical base, as well as changes in the economy generated a large number of new needs. In other words, all this is possible due to the use of innovative activity of the people, the basis of all innovations. However, in Russia there are a number of issues affecting the competitiveness of our country in the internal market, and the introduction of innovative inventions.*

Ключевые слова: *инновации, инновационный менеджмент, технологии, инновационный центр*

Keywords: *innovation, innovation management, technology innovation center*

В настоящее время процесс инноваций стал одной из наиболее важных составляющих современного менеджмента. Потребность в нем обусловлена тем, что под влиянием многочисленных новшеств технической базы, а также переменам в экономике формируются большое количество новых потребностей. В следствии того, что некоторые из потребностей не могут быть удовлетворены исключительно с помощью действий человека, все это приводит к формированию проблем, разрешить которые можно лишь путем разработки совершенно новых материалов, изделий, а так же методов производства. Иными словами, все это возможно вследствие использования инновационной деятельности людей, составляющей основу любой инновации [1, с. 48].

В современном мире, мире высоких технологий, развивающиеся инновации становятся ключевым средством существования предприятий, как на внутреннем, так и на внешнем рынке [2, с. 53].

В нашей стране проблема инноваций по сей день занимает одно из главных мест. Лишь после вступления России в ВТО инновационной деятельности стало уделяться больше внимания, так как появляется потребность в увеличении объемов экспортируемых товаров, что становится невозможным без увеличения собственной промышленности.

Камнем преткновения становится то, что для реализации на мировом рынке нужно иметь широкий ассортимент качественной продукции. Здесь вполне очевидна неконкурентоспособность и отсталость нашей страны не только, в качестве изделий, но и в области научных исследований. Сейчас руководство страны принимает все больше программ и условий для роста инноваций. Например, формирование инновационного центра «Сколково», который представляет собой современный комплекс для создания и внедрения уникальных технологий. Главная задача данного наукограда- это формирование и развитие приемлемых условий для инновационного про-

цесса, множество научных деятелей и предпринимателей совместно с участниками проектов будут трудиться над различными разработками, способных конкурировать на мировом уровне. В 2010 г. был принят законопроект «Об инновационном центре «Сколково» [3]. В представленном законопроекте представлен перечень условий для предприятий, ведущих научно-исследовательскую деятельность в данном Центре. Научноград станет основой для формирования и развития инновационного процесса, а также значительно повысит уровень науки и техники в России.

Помимо научного Центра «Сколково» развитию инноваций в нашей стране сопутствует компания ООО «Содействие Инноваций». На данный момент в России компания стала определенной моделью для финансирования отечественных идей и разработок [3].

Главными особенностями представленной компании являются:

- поиск перспективных проектов;
- генерация инновационных идей специалистами по заказу в соответствии

с техническим заданием;

- совместная разработка бизнес-плана с авторами инновационных идей
- внедрение современных подходов к реализации инноваций;
- целевое финансирование.

Однако, в России существует ряд проблем, влияющих на конкурентоспособность нашей страны на внутреннем рынке, и на внедрение инновационных изобретений.

Первая проблема – это проблема качества. В нашей стране есть ограниченное количество людей, имеющих опыт в управлении инновационных проектов. Инновационный менеджмент востребован и отлично развивается только на производстве для иностранных потребителей. Да, предприятия расположены на территории нашей страны, но они ориентируются на западные страны. Что касается предприятий для наших соотечественников и потребителей ближнего зарубежья, то ситуация несколько иная. Предприятия позволяют себе делать больший упор на обеспечение прибыльности, что не связано с удовлетворенностью потребителей.

Еще одна из проблем – это проблема инвестирования. В различных развитых странах на научные исследования выделяются огромные денежные средства, например, в США – 2,8% ВВП, Японии – 3,5%, а что касается России, то на инновации выделяется лишь 1,04%.

Несмотря на то, что сейчас в России повышается значение различных технологий, происходит их активное внедрение на предприятиях, остро стоит вопрос о том, кто должен заниматься инновациями непосредственно сами предприятия или же государство. Государство всячески содействует развитию инноваций: принимаются законы, создаются центры и т. д. Но с другой стороны, при внедрении инноваций предприятия сталкиваются с огромным количеством проблем. Одна из них это недостаточное финансирование в инновационную деятельность, формирующихся в малом бизнесе, хотя основную массу составляют именно эта форма предприятия.

Для того, чтобы инновационная деятельность в нашей стране активизировалась, государству необходимо уделить этому вопросы пристальное внимание и оказать поддержку. Нужно помочь в разработке и внедрении конкурентоспособных продуктов, предоставлять субсидии и льготы предприятиям, которые занимаются вы-

пуском инновационных продуктов. Поддерживать инновации в производстве, которые могут быть рисковыми, но результаты, от которых помогут вывести российские предприятия на новый, более качественный уровень. Если с должным вниманием отнестись к данным проблемам и попробовать их решить, то российские предприятия смогут выйти на новый уровень и выдержать конкуренцию с западными компаниями.

Список литературы

1. *Аникин Ю.А.* Инновационное развитие на основе организационного потенциала компании // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 7. 83 с.
2. *Корнеева Е.Н.* Инновационные подходы к менеджменту предприятий сервиса в условиях динамично меняющейся внешней среды // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2012. № 21. С. 96-99.
3. *Официальный сайт компании "КонсультантПлюс" [Электронный ресурс] // Исследовательский центр «Сколково».* Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>; <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=156916>

Н.А. Гумар, У.О. Байменбетова
ББМ Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан
Gumar NA, Baymenbetova UO
UO Caspian Public University in Almaty, Kazakhstan

Виртуалды ақша Virtual money

Аннотация. Виртуальная валюта или игровая валюта — частные электронные деньги, которые используются для приобретения и продажи виртуальных товаров в различных сетевых сообществах: социальных сетях, виртуальных мирах и онлайн-играх. «Виртуальная валюта» — средство обмена, которое действует как валюта в некоторых сферах, но не имеет всех атрибутов реальной валюты. В частности, виртуальная валюта не имеет статуса законного средства платежа ни в одной юрисдикции. Виртуальная валюта считается «конвертируемой», если она имеет эквивалент в реальной валюте или действует как заменитель реальной валюты.

Abstract. Virtual currency or game currency - private electronic money used for the purchase and sale of virtual goods in various online communities: social networks, virtual worlds and online games. «Virtual Currency» - a medium of exchange that acts as currency in some areas, but does not have all the attributes of a real currency. In particular, the virtual currency is not legal tender status in any jurisdiction. Virtual currency is considered to be «convertible» if it has its equivalent in the real currency or act as a substitute for real currency.

Ключевые слова: Cash in, Pos-терминал, Интернет/мобильный банкинг, банкомат, криптовалюта, биткоин