
Раздел Экономические науки

46 (Январь) 2021

УДК 339.13.017

**ВЫЯВЛЕНИЕ И МИНИМИЗАЦИЯ РИСКОВ ПРИ ВЫВОДЕ НА РЫНОК
ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА.**

Юрин Павел Олегович

Юрин Павел Олегович-магистрант, направление Инноватика, гр. ИНВм-21, ФГБОУ ВО
«Поволжский государственный технологический университет», Россия, г.Йошкар-Ола

Аннотация. В статье анализируются риски, которые необходимо учитывать при запуске и выводе на рынок инновационного продукта. На основании выявленных закономерностей предлагается гипотеза для их минимизации.

Ключевые слова: риск, инновационный продукт, торговля, логистическая цепь, цифровые технологии.

В любом современном предприятии, как и в жизни человека существуют риски.

Риски, касающиеся одного человека, часто не выходят за рамки одного субъекта, и воздействуют на других членов общества косвенно. В случае с предприятием затрагиваются интересы не только людей, работающих на нем, обеспечивающих себя и свои семьи, но и контрагентов, взаимодействующих с ним. Если рассматривать вопрос градообразующих и системообразующих фирм, то риски касающиеся них могут нести угрозу районам или отраслям.

Рассматривая риски предприятий сектора FMCG(товары широкого потребительского спроса, в которые входят продукты, сигареты, бытовая химия и т.п.) необходимо учитывать, что если конкретное предприятие, имеющее большую долю рынка, неожиданно не справится с возникшими рисками может возникнуть ситуация «катастрофы потребительского рынка», которая может угрожать продуктовой безопасности страны, и смене политического режима. Подобным примером является ситуация 90-х годов 20 века в России с пустыми витринами магазинов и не возможностью распределительной системы удовлетворить минимальные потребности населения в товарах сектора FMCG.

Исходя из вышесказанного необходимо самым тщательным образом просчитывать риски, касающиеся продаж в секторе товаров широкого потребительского спроса.

В последние годы внедрение инновации в процесс продаж становится неотъемлемой частью стратегии предприятий всех звеньев логистической цепи начиная от производителя

товара и заканчивая отпуском товара потребителю. Причем некоторые предприятия поддерживают пользователя предлагая лучшие варианты использования продукта. Нельзя не отметить факт использования «интернета вещей» когда техническое устройство в зависимости от загруженного в него продукта само выбирает способ его использования на основании данных, полученных от производителя через Интернет. Более того, они становятся друг для друга “видимыми” и могут общаться между собой без участия человека. [1]. Использование инновации и создание отделов иницирующих их создаются в основном в глобальных корпорациях (Pepsi, Procter и т.д.) или в крупных предприятиях торговли (X5, Магнит и т.д.).

Причем многие участники логистической цепи понимают, что «Новые возможности, в связи с этим открываются и для компаний, занимающихся производством традиционных товаров, в частности организации дополнительных каналов продаж, в том числе организации собственной продажи в обход традиционных посредников.» [1].

Современные тенденции развития инновации больше затрагивают развитие цифровых технологий, что подтверждается выводами «Наступающую эру можно охарактеризовать как эпоху цифровых платформ, вытесняющих с рынка и из сферы производства неэффективных посредников и заменяющих их эффективными алгоритмами» [2].

Целью данной работы является выявление рисков и их возможная минимизация при максимальном переходе на цифровую модель управления продажами с принятием решений касающихся непосредственной работы на основе загруженных алгоритмов, для исключения влияния человеческих факторов на работу системы.

Для достижения заявленной цели использовались данные статистики, открытые данные крупнейших производителей сектора FMCG России, наблюдения, анализ и расчеты с выводами и рекомендациями.

В соответствии с тенденциями растет доля форматов осовремененной торговли с едиными центрами принятия решений. Но учитывая большую территорию нашей страны сохраняется значительная часть доли рынка, которые обеспечивают наполнение магазинов в небольших городах и поселках, и именно работа с ними становится затратна по времени и ресурсам для предприятий производителя. Логистическая цепь в таком случае выглядит обычно так: производитель- дистрибутор- оптовик-магазин-покупатель или производитель-дистрибутор- магазин-покупатель. При современном формате работы на каждом этапе цепи мы имеем человеческий фактор, но если предположить, каждый из них будет иметь определенные условия закрепленные и прописанные в алгоритмах на едином портале, то можно будет влиять друг на друга, и получать более качественные услуги и товары в том количестве и качестве который будет необходим.

Список литературы:

1. Цифровое будущее или экономика счастья? / А.В. Черновалов, З. Цекановский, З. Шиманьский, П.А. Черновалов. — Москва : Дашков и К, 2018. — ISBN 978-5-394-03039-0. Текст: электронный/ Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119225> (дата обращения: 12.11.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Путилов, А.В. Коммерциализация технологий и промышленные инновации : учебное пособие / А.В. Путилов, Ю.В. Черняховская. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — ISBN 978-5-8114-3371-1.— Текст: электронный// Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/110937> (дата обращения: 19.09.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Репина, О.М. Риск-менеджмент: практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.М. Репина. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. — 120 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/95720>.
4. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии : учебник / И.А. Дубровин. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — ISBN 978-5-394-01948-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93529> (дата обращения: 07.12.2019).
5. Финансирование и коммерциализация инноваций : учебник / В.Н. Щербаков, А.В. Дубровский, Ю.В. Мишин [и др.] ; под редакцией В.Н. Щербакова. — Москва : Дашков и К, 2018. — ISBN 978-5-394-03036-9.— Текст: электронный// Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/110738> (дата обращения: 07.12.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6. Суворова, А.П. Риск-менеджмент : учебное пособие / А.П. Суворова, О.М. Репина. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. — ISBN 978-5-8158-2036-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/114677> (дата обращения: 07.12.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7. Деревяшкин, С.А. Оценка рисков : учебное пособие / С.А. Деревяшкин. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2019. — ISBN 978-5-8158-2097-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/128776> (дата обращения: 02.02.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

ISSN 2541-9250

НАУКА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВРЕМЕНИ

Международный научный журнал

Ежемесячное научное издание

№1 (46) 2021

ISSN 2541-9250



9 772541 925005 >

Библиографическое описание статьи:

Юрин Павел Олегович. Выявление и минимизация рисков при выводе на рынок инновационного продукта // Наука через призму времени. – 2021. – №1 (46). – с. 59-62



<http://www.naupri.ru/journal/2791>

© Юрин Павел Олегович, 2021

© Редакция научного журнала «Наука через призму времени», 2021