

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Ворошина Е.В.

УО «Барановичский государственный университет»

Барановичи, Республика Беларусь

Современная экономика характеризуется резким обострением конкуренции товаропроизводителей, которая вызвана процессами глобализации, свободой перелива капиталов и трудовых ресурсов, ростом диверсификации потребительских запросов, сокращением жизненного цикла товаров, резким усилением роли факторов НТП в обеспечении экономического роста, как отдельных субъектов хозяйственной деятельности, так и национальных экономик в целом.

Деятельность хозяйствующих субъектов определяется преимущественно внешними факторами, прежде всего, факторами микросреды (потребностями и запросами потребителей, действиями конкурентов, условиями взаимодействия с поставщиками, посредниками, кредитно-финансовыми учреждениями, влиянием органов власти и средств массовой информации и т. п.), которые оказывают непосредственное влияние. На них влияют также факторы макросреды (социально-политическая, политико-правовая, экологическая, технологическая и другие ее составляющие), которые определяют общие «правила игры».

В современных условиях инновации являются важнейшим фактором экономического развития. Инновации создают конкурентные преимущества отдельным странам и регионам на мировом рынке. Они представляют собой симбиоз трех основных составляющих устойчивого развития экономики: экономического роста, социального прогресса, охраны окружающей среды.

Инновационное развитие – один из главных приоритетов экономической политики, проводимой в Республике Беларусь. Из госбюджета выделяются значительные ресурсы для финансирования научно-технических программ, поддержки предпринимательства, крупных инновационных проектов, создания элементов инновационной инфраструктуры, подготовки кадров для инновационной деятельности.

Современный научно-производственный потенциал Республики Беларусь в состоянии создавать и реализовывать инновации практически по всей номенклатуре технологий, продукции и услугам, которые востребованы на отечественном и зарубежных рынках.

Затраты на технологические инновации в 2010 году составили 2793,3 млн. руб., 2011

году – 8763,7 млн. руб., 2012 году – 7937,5 млн. руб., 2013 году – 9986 млн. руб., в 2014 году – 10281,9 млн. руб., в 2015 году – 10616,7 млн. руб.

Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции составил в 2010 году – 14,5 %, в 2011 году – 14,4 %, в 2012 году – 17,8 %, в 2013 году – 17,8 %, в 2014 году – 13,9 %, в 2015 году – 13,1 %.

Внутренние затраты на научные исследования и разработки в 2010 году составили 1140,6 млн. руб., в 2011 году – 2081,9 млн. руб., 2012 году – 3537,8 млн. руб., 2013 году – 4372,3 млн. руб., в 2014 году – 4073,1 млн. руб., в 2015 году – 4495,4 млн. руб. [2].

В сложившихся условиях формирование эффективной системы оперативной адаптации к изменениям ситуации на рынке с целью выявления наиболее перспективных сфер и видов производственно-сбытовой деятельности (с опорой на инновации) является одной из важнейших задач хозяйствующих субъектов.

Проблемы анализа потенциала инновационного развития хозяйствующих субъектов и оценки рыночных возможностей исследовались в работах отечественных и зарубежных ученых, в частности, И. Ансоффа, П. Друкера, М. Портера и многих других.

Однако практически не исследованными остались вопросы согласования взаимодействия инновационного и производственного потенциала предприятий с рыночным в процессе анализа и выбора направлений инновационного развития рыночных возможностей.

Инновационная деятельность имеет шансы на успех лишь при наличии и согласованном взаимодействии:

- рыночного потенциала, как способности рынка воспринимать инновации определенного типа и направленности;

- инновационного потенциала предприятия, как возможности воплощения достижений науки и техники в конкретные товары, способные удовлетворять запросы потребителей;

- производственно-сбытового потенциала, как способности предприятия разработать, произвести и продвигать инновации на рынке.

Необходимость комплексного рассмотрения рыночного, инновационного и производственно-сбытового потенциалов косвенно подтверждается известными иностранными специалистами, например, Робертом Г. Купером, который

отмечает следующие главные неудачи товарных инноваций:

- недостаточная рыночная ориентация;
- несоответствие темпов разработки нового товара темпам изменения потребностей потребителей (вследствие технических проблем, неточного планирования, плохой организации и контроля);
- низкое качество товара (вследствие недостатков, допущенных на этапах разработки товара);
- недостаточная предыдущая подготовка и проработка мероприятий по организации производства нового товара;
- недостаточная дифференциация товаров, стремление следовать за лидерами рынка, отсутствие собственных «изюминок»;
- технические проблемы при разработке и производстве;
- недостаток времени, средств, кадров (разработчиков, производственников, менеджеров) и других ресурсов.

Решения о целесообразности выполнения конкретных управленческих действий должны приниматься на основе анализа и оценки достаточности рыночного, инновационного, производственно-сбытового потенциалов, а также степени их соответствия друг другу.

Возможны следующие варианты, расположенные в порядке снижения шансов на успех [1, с. 114].

1. Имеются все условия для инновационного развития, поскольку рыночный, инновационный и производственно-сбытовой потенциалы являются достаточными.

2. Состояние производственно-сбытового потенциала свидетельствует о неспособности хозяйствующего субъекта разработать, изготовить и продвигать инновации на рынке. Нужно выполнить проверку способности и экономической целесообразности технического переоснащения производства, подготовки и обновления кадров, реформирования сбытовой сети и системы стимулирования сбыта. В случае нецелесообразности анализируемый вариант инновационного развития нужно исключить из рассмотрения.

3. Состояние инновационного потенциала свидетельствует о невозможности воплощения достижений науки и техники в конкретные товары, которые способны удовлетворять запросы потребителей. Необходимо выполнить проверку возможности и экономической целесообразности стимулирования творческой активности работников, финансирования научно-исследовательских работ, привлечения к работе высококвалифицированных специалистов и т. п. В случае нецелесообразности анализируемый

вариант инновационного развития нужно исключить из рассмотрения.

4. Состояние инновационного и производственно-сбытового потенциалов является неудовлетворительным. Однако рынок готов воспринять инновации. Для приведения в соответствие инновационного и производственно-сбытового потенциалов рыночному необходимо привлечь инвестиционные ресурсы, что требует очень убедительных обоснований и является довольно проблематичным.

5. Состояние рыночного потенциала неудовлетворительно, поскольку отсутствует спрос (фактический или потенциальный) на новую продукцию. Необходимо проверить возможность и экономическую целесообразность формирования и стимулирования спроса. Если результаты проверки неудовлетворительные, то анализируемый вариант следует исключить из дальнейшего рассмотрения.

6. Отсутствует спрос на новую продукцию, хозяйствующий субъект неспособен ее разработать, изготовить и продвигать на рынке. Однако инновационный потенциал является достаточным. При данной комбинации факторов вариант инновационного развития можно реализовать только путем привлечения инвестиций, но для этого у инвесторов должны быть очень серьезные стимулы: высокая норма прибыли, завоевание перспективного рынка и т. п. Реализация варианта довольно проблематична.

7. Вариант реализовать практически невозможно, поскольку отсутствует спрос на новую продукцию, а хозяйствующий субъект неспособен воплотить достижения науки и техники в новые товары, которые способны удовлетворить запросы потребителей. Вариант исключить из дальнейшего рассмотрения.

8. Условий для реализации анализируемого варианта инновационного развития нет (как внешних, так и внутренних).

Представленные варианты соответствия потенциалов могут быть использованы как методическая помощь при оценке шансов на успех конкретных вариантов инновационного развития конкретных субъектов хозяйственной деятельности.

1. Научные основы маркетинга инноваций: монография в 3 т. Том 1. / под ред. д-ра экон. наук, профессора С.Н. Ильшенко. – Сумы: ООО «Печатный дом «Папирус», 2013. – 279 с.

2. Государственный комитет по науке и технологиям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/opencms/opencms/ru/innovation/> – Дата доступа: 10.09.2016.