

УДК: 339.137.2

**РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА
КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
НА ПРИМЕРЕ РУП «ЗАВОД КАМЕРТОН»**

Д.А. Лукашевич, 4 курс

Научный руководитель - В.С. Филипенко, к э.н., доцент

Полесский государственный университет

Инновационная стратегия появляется тогда, когда инновации становятся исходной базой повышения конкурентоспособности продукции, расширения и укрепления рыночных позиций, осво-

ения новых областей применения знаний, иначе говоря, активным средством предпринимательства.

Миссия РУП «Завода Камертон» стать ведущим поставщиком пластин монокристаллического кремния на внутреннем и зарубежных рынках, обеспечивая заказчиков продукцией высокого качества с целью наилучшего удовлетворения их потребностей.

Стратегические цели РУП «Завода Камертон»:

- 1) проведение технологической модернизации производства;
- 2) проведение реконструкция и модернизация основных производственных фондов;
- 3) обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции посредством достижения мирового уровня ее качества;
- 4) расширение ассортимента продукции с целью проникновения в новые сегменты рынка;
- 5) рост доли предприятия на рынках пластин монокристаллического кремния за рубежом;
- 6) поддержание безупречной репутации предприятия, неукоснительное следование нормам деловой этики и принципам социальной ответственности;
- 7) упрочнение положения предприятия на рынках Беларуси и стран СНГ.

Реализация разработанной инновационной стратегии будет способствовать достижению следующих *конкурентных преимуществ*: высокотехнологичные производственные мощности; достижение предприятием оптимального соотношения цены и качества продукции; быстрое реагирование на новые запросы рынка; освоение новых перспективных направлений деятельности; профессиональный управленческий и производственный персонал; современная, ориентированная на потребителя торговая структура; продуманная инвестиционная программа; уникальная инженерная и сервисная инфраструктура; надежное исполнение долгосрочных контрактов, стабильность поставок.

Контроль реализации инновационной стратегии рекомендуем осуществлять на основании анализа целевых индикаторов (ориентиров) инновационного развития предприятия, цель которого заключается в сопоставлении предполагаемых и достигнутых в ходе реализации инновационной стратегии показателей. В качестве целевых индикаторов инновационного развития предприятия предлагаем использовать совокупность следующих показателей.

1) Целевой индикатор экономического эффекта от инновационной деятельности (I_e) позволяет выявить, насколько эффективной является реализуемая инновационная стратегия, поскольку включает показатели, традиционно свидетельствующие о финансовом положении и результатах деятельности предприятия в инновационной сфере.

Данный индикатор определяется как среднее арифметическое значений следующих показателей: показатель доходности (P_d), показатель прибыльности (P_{pr}), показатель рентабельности (P_r) инновационной деятельности.

$$I_e = \sum_{i=1}^n P_i / n \quad (1)$$

где n – количество показателей.

В нашем исследовании $n = 3$, в качестве показателей P_i рассматриваются:

P_d – *показатель доходности*, показывающий объем инновационной продукции в стоимостном выражении, произведенной (отгруженной) на 1 рубль затрат предприятия на инновационную деятельность, который рассчитывается как:

$$P_d = V_{in} / C_{in}, \quad (2)$$

где V_{in} – объем произведенной (отгруженной) инновационной продукции в стоимостном выражении;

C_{in} – затраты предприятия на инновации за анализируемый период.

P_{pr} – *показатель прибыльности*, который определяется следующим образом:

$$P_{pr} = Pr_{in} / V_{in} \quad (3)$$

где Pr_{in} – прибыль от реализации инновационной продукции;

V_{in} – объем произведенной инновационной продукции.

Данный показатель показывает, сколько прибыли (руб.) приходится на 1 рубль произведенной (отгруженной) инновационной продукции.

P_r – показатель рентабельности ($\Pi_{рент}$) определяется так:

$$P_r = Pr_{in} / C_{in} \quad (4)$$

где Pr_{in} – прибыль от реализации инновационной продукции;

C_{in} – затраты предприятия на инновации за анализируемый период.

Данный показатель показывает количество прибыли, полученной на 1 рубль затрат на инновации. Чем выше значение данного индикатора, тем выше экономический эффект, получаемый предприятием от инновационной деятельности.

2) Целевой индикатор конкурентоспособности предприятия на рынках (I_k) определяется на основе динамики развития инновационно-активного предприятия на внутреннем и внешнем рынках. Расчет индикатора производится как среднее арифметическое следующих показателей: показатель темпа роста (снижения) продаж инновационной продукции на внешнем рынке (T_f), показатель темпа роста (снижения) продаж инновационной продукции на внутреннем рынке (T_h).

$$I_k = \sum_{i=1}^n T_i / n \quad (5)$$

где n – количество показателей.

T_i – темп роста или снижения.

В данном случае предлагается два показателя: $T_{1,2}^f$ и $T_{1,2}^h$.

$$T_{1,2}^f = D_{1,2}^f / D_0^f \quad (6)$$

где $D_{1,2}^f$ – доля продаж инновационной продукции на внешнем рынке настоящего периода;

D_0^f – доля продаж инновационной продукции на внешнем рынке базового периода.

$$T_{1,2}^h = D_{1,2}^h / D_0^h \quad (7)$$

где $D_{1,2}^h$ – доля продаж инновационной продукции на внутреннем рынке настоящего периода;

D_0^h – доля продаж инновационной продукции на внутреннем рынке базового периода.

Выбор показателей-слагаемых индикатора конкурентоспособности предприятия обусловлен тем, что уровень конкурентоспособности во многом определяется положением предприятия на рынках выпускаемой им продукции.

3) Целевой индикатор устойчивости инновационного развития предприятия (I_u) позволяет оценить уровень его инновационности, способность предприятия к внедрению инноваций за счет собственных средств.

Данный индикатор предполагает оценку таких показателей как: темп роста (снижения) доли объема отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров (S_{in}), темп роста (снижения) доли прибыли от реализации инновационной продукции в общем объеме прибыли (S_{pr}), темп роста (снижения) доли собственных средств в общем объеме затрат на инновации (S_c).

$$I_u = \sum_{i=1}^n S_i / n \quad (8)$$

где n – количество показателей.

В нашем исследовании $n = 3$, в качестве показателей S_i рассматриваются:

S_{in} – отношение доли объема отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров настоящего периода к базовому;

S_{pr} – отношение доли прибыли от реализации инновационной продукции в общем объеме прибыли настоящего периода к базовому;

S_c – отношение доли собственных средств в общем объеме затрат на инновации настоящего периода к базовому.

Результаты оценки инновационной стратегии должны подчиняться следующему неравенству: $I_e \geq 1$, $I_k \geq 1$, $I_u \geq 1$ и быть приближены к значениям предполагаемых в процессе реализации инновационной стратегии индикаторов.

Предлагаемые индикаторы позволяют:

- во-первых, оценить степень отдачи от внедрения инноваций и устойчивость инновационного развития предприятия;
- во-вторых, выявить основное направление (внешний или внутренний сбыт) и тенденции инновационного развития с целью формирования грамотной маркетинговой стратегии.

Расчет установленных индикаторов был произведен на основе достигнутых в 2010 году и предполагаемых в процессе реализации инновационной стратегии в 2012-2014 гг. показателей деятельности РУП «Завода Камертон» (Таблица).

Таблица – Целевые индикаторы реализации инновационной стратегии развития РУП «Завода Камертон»

Индикаторы и показатели	Период реализации стратегии		
	2012	2013	2014
Целевой индикатор экономического эффекта от инновационной деятельности (I_e)	0,78	1,2	1,4
Показатель доходности (P_d)	0,9	1,3	1,6
Показатель прибыльности (P_{pr})	0,78	1,2	1,5
Показатель рентабельности (P_r)	0,67	1,2	1,5
Целевой индикатор конкурентоспособности инновационной продукции предприятия на рынках (I_k)	1,20	1,52	1,71
Темп роста объема продаж инновационной продукции на внешнем рынке в общем объеме отгруженной продукции (T_f)	1,15	1,54	1,92
Темп роста объема продаж инновационной продукции на внутреннем рынке в общем объеме отгруженной продукции (T_h)	1,25	1,50	1,50
Целевой индикатор устойчивости инновационного развития предприятия (I_u)	1,38	1,91	2,61
Темп роста доли объема отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции (S_{in})	1,21	1,52	1,82
Темп роста доли прибыли от реализации инновационной продукции в общем объеме прибыли (S_{pr})	1,43	1,71	2,00
Темп роста доли собственных средств в общем объеме затрат на инновации (S_c)	1,50	2,5	4,00

Примечание – Источник: собственная разработка.

Оценка реализации инновационной стратегии РУП «Завода Камертон» позволяет сделать вывод о возможности диффузного распространения результатов планируемых мероприятий на партнеров и в целом на развитие микроэлектроники в РБ.

Список использованной литературы

1. Кириченко Е. Основы инновационного лидерства США // Мировая экономика и международные отношения, 2005. - №7.
2. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века / Юрий Яковец. - М.: ЗАО "Издательство "Экономика", 2004.