

*Т.В. Романова, 3 курс*

*Научный руководитель – В.М. Карпенко, к. т. н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет*

Инновационная восприимчивость – это динамическая характеристика способности системы «наука–техника–технология–производство», регулировать которое обязано всякое государство, стремящееся не отставать в своем научно–техническом и экономическом развитии.

Инновационность можно рассматривать с двух сторон:

1) как процесс технико–технологический, связанный с разработкой, внедрением, использованием образцов новой техники (технологий);

2) как процесс субъективный, связанный с взаимодействием рынка труда и качества рабочей силы (т.е. образование, квалификация, уровень мастерства, профессионализм работников и т.д.).

В этом аспекте важное значение приобретают вопросы:

а) восприятие инноваций работниками (отношение к ним в плане восприимчивости / невосприимчивости);

б) их готовность идти на определенные риски и неблагоприятные обстоятельства на этапе внедрения;

в) особенности формирования инновационно–экономического сознания.

В плане инновационного развития в нашей республике важное значение имеет вопрос, связанный с повышением конкурентоспособности белорусской экономики, которая в свою очередь зависит от успешности внедрения и принятия инноваций. Однако связь между конкуренцией и инновациями не является простой и однозначной.

Открытое акционерное общество «Гормолзавод №1» в настоящее время является крупнейшим производителем молочной продукции в Республике Беларусь с самой высокой мощностью переработки молока 750 тон в день.

С 2011 по 2013 г. прибыль от реализации товаров, продукции, работ и услуг постепенно увеличивается. Это свидетельствует об эффективной работе предприятия.

Гормолзавод №1 производит более 200 видов наименований продукции, это так же является инновациями на предприятии, так как все рецептуры не покупаются, а разрабатываются на заводе (венский завтрак, депи – детский завтрак и так далее).

Процесс разработки, внедрения, использования новшеств и инноваций называют инновационным процессом. Основной целью и главным результатом инновационной деятельности должно быть создание более наукоемкой и конкурентоспособной продукции, такой же целью руководствуется и «ГМЗ» №1.

Инновационный фонд — фонд финансовых ресурсов, созданный с целью инвестиционного кредитования научно-технических разработок, рискованных проектов и иных форм инновационной деятельности.

Инновационный фонд предприятия в 2012 году увеличился на 45 млн.руб. по сравнению с 2011 годом, а в 2013 году этот показатель увеличился на 356 млн.руб. по сравнению с 2012 годом. Очевидно, что идет тенденция увеличения финансовых средств для разработки новых научных идей, решений, предприятием моделируются новые идеи, проекты, которые способны увеличить качество выпускаемой продукции, повышая ее конкурентоспособность на отечественном и внешнем рынках. При этом предприятием непрерывно осуществляется деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента, совершенствования технологий и организации производства.

Главная предпосылка инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее стареет. Поэтому необходимо систематически отбрасывать все то, что износилось, устарело, стало тормозом на пути к прогрессу, а также учитывать ошибки, неудачи и просчеты. Для этого на предприятиях периодически необходимо проводить аттестацию продуктов, технологий и рабочих мест, анализировать рынок и каналы распределения. Иными словами, должна проводиться своеобразная рентгенограмма всех сторон деятельности предприятия. Это не просто диагностика производственно-хозяйственной деятельности предприятия, его продукции, рынков и т.д. На ее основе руководители должны первыми подумать о том, как самим сделать свою продукцию (услуги) морально устаревшей, а не ждать, пока это сделают конкуренты. А это, в свою очередь, будет побуждать предприятия к инновациям. [9, с. 437].

Финансирование инноваций осуществляется из тех же источников, что и финансирование любых инвестиций, т. е. самофинансирование, заемные средства, привлеченные средства, прочие смешанные или нетрадиционные источники, внебюджетные фонды, бюджеты различных уровней.

Рассчитаем для нашего предприятия коэффициент интенсивности потока нововведений за 2013 год:

$$ИПН_i = ((25.3/9865 \text{ тыс. евр.}) * 100) * (365/547.5) = 0.26 * 0.67 = 0.18\%$$

Использование предложенного показателя позволяет количественно оценить уровень инновационной восприимчивости предприятия с учетом таких важнейших ее характеристик, как объем, качественный уровень и скорость осуществления инновационных разработок.

Коэффициент интенсивности потока нововведений, реализованных предприятием за 2012 год составил 0.18 %, что говорит о довольно хорошем уровне инновационной восприимчивости.

Для того чтобы усовершенствовать инновационное развитие «Гормолзавода №1», я предлагаю следующее мероприятие.

Balanced Scorecard (BSC) – система сбалансированных показателей – это один из инструментов, позволяющих упорядочить разные аспекты деятельности предприятия. Она направлена на согласование нескольких управленческих сфер: финансовой, клиентской, внутренних процессов и потенциала развития предприятия. Цель внедрения BSC – оптимальное распределение ресурсов, согласованность стратегических задач, единое понимание основных факторов успешного развития бизнеса.

Разработка данной стратегии состоит из нескольких этапов:

- Стратегический анализ;
- Выявление основных направлений развития предприятия и, в их рамках, формулирование стратегических целей;
- Разработка системы мероприятий, направленных на достижение целей;
- Определение последовательности процедур в реализации стратегии.

Особенности внешней среды потребовали изменений в системе управления на предприятии, которая выдвигает необходимость учета новых источников и средств удовлетворения нужд потребителей в стратегическом развитии организации и предполагает принципиально новую модель поведения персонала, повышающую качество обслуживания потребителей и организационную культуру в результате взаимодействий в совместной продуктивной деятельности руководителя и подчиненных.

Концепция стратегического управления в условиях рыночной экономики базируется на признании взаимосвязей и взаимозависимостей организации с окружающей средой (объективные факторы), а также, в активизации внутреннего потенциала – в достижении целей организации.

Предлагаемая концепция стратегического управления рассматривается посредством:

- конкретизации терминов «стратегия роста», «стратегия эффективности» и «стратегическое планирование»;
- изучения внешней среды;
- определения социально–экономических показателей эффективности системы стратегического управления.

Стратегия инновационного развития «ГМЗ» №1 включает в себя следующие компоненты:

1. Организация франчайзинга.
2. Внедрение новых технологий.
3. Увеличение потребительской ценности.
4. Улучшение структуры издержек.
5. Более эффективное использование активов.

Рекомендуемые преобразования, по–моему, мнению позволят получить эффект, если новая система управления будет анализировать внешнюю среду (ресурсы и конкурентов), используя маркетинговую информацию, а выдвигаемые предположения по принятию решений в области сбыта, финансирования, инвестиций будут носить рекомендательный характер для соответствующих подразделений на предприятии. Это мероприятие поможет интенсифицировать деловую активность, позволят избежать возможных рисков и угроз. [3, с. 34–37]

### **Список использованных источников**

1. Винокуров, В.И. Основные термины и определения в сфере инноваций. / Винокуров В.И. // Инновации. – 2005. – № 4. – 137 с.
2. Инновационная деятельность регионов / Е.М. Карпенко, С.Ю. Комков О. Л. Сапун и др. // Методические указания. Часть 1. – Мн.: БГАТУ, 2006. – 125 с.
3. Недилько В.И. Оценка инновационной восприимчивости промышленных предприятий/ Е.М. Карпенко, С.Ю. Комков // Проблемы развития научно–технического потенциала Беларуси: Сб. науч. Тр. – Мн.: БелИСА, 2004 – 164с.
4. Евсеев О. С. Инновационная восприимчивость национальной экономики / О. С. Евсеев // Инновации. – 2012. – №1. Т.1. – С. 254.
5. Косенков Р.А. Системный анализ и прогнозирование фаз инновационного роста экономики: информационная технология / Р.А. Косенков // Финансы и статистика – 2005. – 196 с.
6. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов// СПб.: Питер, 2010. – 410 с.
7. Шамина Л.К. Инновационный потенциал предприятия. / Л.К. Шамина // Инновации. – 2007 – №9 – 92 с.
8. Дюжев В. Г. Система управления персоналом как фактор повышения инновационной восприимчивости предприятий / В. Г. Дюжев, К. А. Тимофеева // Вестник НТУ «ХПИ». – 2011. – №7 – 210 с.
9. Козаков Е.М. Методологический подход к оценке результативности социальных инвестиций / Е.М. Козаков, Е.А. Пилогин, // Инновации и инвестиции – 2007. – № 2 – 190 с.