

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»
Инженерный факультет
Факультет экономики и права

ЭКОНОМИКА, ТЕХНОЛОГИИ И ПРАВО В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Материалы Международной научно-практической конференции
факультета экономики и права и инженерного факультета

(Барановичи, 20 октября 2016 года)

Барановичи
БарГУ
2017

УДК 001(063)

В сборнике представлены материалы, затрагивающие широкий круг вопросов, посвященных эффективному экономическому развитию организаций и регионов, маркетингу и менеджменту. Особое внимание уделено проблемам применения и совершенствования национального законодательства. Раскрываются теоретические и практические результаты научного поиска авторов по инженерному профилю, затрагивается проблемное поле современной физики и математики. Материалы носят как теоретический, так и практико-ориентированный характер

Издание предназначено для преподавателей, студентов, магистрантов, аспирантов и научных работников.

Редакционная коллегия:

А. В. Никишова (гл. ред.), Ю. Е. Горбач, В. Н. Кременевская (отв. секретари),
В. Н. Познякевич, О. В. Павловская, Г. Я. Житкевич, М. В. Андрияшко, О. И. Людвигевич, О. И. Наранович,
А. К. Гавриленя, И. Н. Бруй, В. А. Дремук

Рецензенты:

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международных экономических отношений Белорусского государственного университета Е. В. Бертош,
доктор технических наук, заведующий лабораторией обработки металлов давлением В. А. Томило

АНАЛИЗ ИННОВАЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Введение. В настоящее время инновация рассматривается как начало коммерциализации изобретения посредством изготовления или продвижения нового товара или услуги или использования нового метода производства. Однажды возникнув, инновация распространяется: со стороны спроса — через потребителей, приобретающих товар или услугу, и со стороны предложения — посредством подражания со стороны конкурентов. Она может появиться в результате единственного изобретения (большинство товарных инноваций в индустрии химических веществ и фармацевтических препаратов используют открытие новых химических соединений) или способна сочетать в себе большое количество изобретений (первый автомобиль воплотил множество изобретений, начиная с колеса, появившегося приблизительно 5 тыс. лет назад, и заканчивая двигателем внутреннего сгорания). Не все изобретения превращаются в инновации: в патентных портфелях самых технологически емких фирм можно найти множество изобретений, которые пока не нашли коммерческого применения. Актуальность рассматриваемых вопросов подтверждается тем, что в Республике Беларусь действует Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016—2020 годы.

Основная часть. Осуществление предпринимательской деятельности всегда основано на какой-то конкретной идее. Предпринимательская идея, в основе которой — активность и решительная, продуманная во всех деталях инновационная инициатива предпринимателя, может охватывать как процесс, так и один или несколько его отдельных частей. Сосредоточив внимание именно на фрагментарной форме предпринимательской идеи, можно выделить основные направления в деятельности предпринимателя, в которых возможна реализация идеи: 1) изменение системы управления производством; 2) применение новой техники или технологий; 3) использование новых, более экономичных или прочных материалов в производстве товара; 4) улучшение дизайна, упаковки товара; 5) принципиально новая схема организации рекламной кампании предприятия и т. п.

Инновационную идею можно определить как реально существующую возможность производства оригинального товара, продукта, услуги или же их улучшенных вариантов или модификаций, а также новых марок. Предпринимателю важно выделить для себя также информационные источники, которые помогут ему найти какую-то определённую инновационную идею. Такими источниками могут быть конкретные знания о рынке и его потребностях; появление новых технологий, материалов, способов производства; существующих структурных или географических разрывах в обеспеченности каким-то определённым товаром. Конкретными источниками инновационных идей могут выступать: потребители, т. е. изучение потребительского спроса; учёные (в том случае, если они занимаются изобретением или поиском новых материалов, товарных свойств, которые могут привести к созданию оригинальных или усовершенствованных вариантов товарной продукции, услуг); конкуренты (в некоторых случаях их деятельность, направленная на изучение потребительского спроса, может подтолкнуть предпринимателя к формированию собственной инновационной идеи); торговые агенты, дилеры и прочие посредники; консультанты предпринимателя (по каким-то определённым элементам инновационной деятельности; непосредственно работники предприятия) [5].

Инновационная деятельность предприятия направлена на быстрее внедрение в производство технических нововведений (инноваций). Инновационная деятельность имеет несколько стадий. Этими стадиями могут быть изобретение или открытие, эксперимент, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), разработка технического проекта, опытная разработка или экспериментальное опытное производство, серийное или массовое производство.

Основными результатами инновационной деятельности предприятия являются повышение качества продукции (работ, услуг), рост производительности труда и его фондовооруженности, снижение материалоемкости и фондоемкости, т. е. повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности. Вместе с тем инновационная деятельность требует значительных затрат, особенно на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Анализ инновационной деятельности предприятия включает сопоставление затрат на инновации и результатов внедрения. Анализ осуществляется по каждому техническому нововведению в сопоставимых ценах, так как от первоначальных инвестиций в инновации до их внедрения проходит достаточно длительный период [2].

К задачам анализа инновационной деятельности относятся:

- характеристика источников информации, используемых для анализа инновационной деятельности;
- изучение преимуществ разработанных и внедренных технологически новых и технологически усовершенствованных продуктов;
- оценка эффективности разработанных и внедренных технологически новых и технологически усовершенствованных продуктов [1].

Анализ может рассказать нам о потенциале инновации для получения конкурентного преимущества и формирования основанных на технологии стратегий, но в нем практически ничего не говорится о том, при каких условиях создается инновация. Опасность состоит в том, что стратегический анализ может многое рассказать об извлечении денег из инновации, но все это бесполезно, если мы не можем сначала произвести инновацию. Если суть инновации — креативность, а одной из ключевых ее характеристик является сопротивление любым попыткам планирования, то очевидно, что при формулировке стратегии необходимо уделить пристальное внимание организационным процессам, посредством которых инновации возникают и используются в коммерческих целях. Поскольку в момент выделения ресурсов на научно-исследовательскую работу характеристики новых продуктов и процессов неизвестны и нет никакой заранее определенной взаимосвязи между затратами на НИОКР и получением инновации, то продуктивность исследований и разработок в большой степени зависит от организационных условий, способствующих появлению инновации. Поэтому главный вопрос, возникающий перед фирмами в развивающихся и технологических отраслях, состоит в следующем: как именно фирма может создать условия, стимулирующие появление инновации [3].

Изобретение зависит от креативности. Креативность — это не просто результат блестящей творческой индивидуальности. Она зависит от организационных условий, которые поощряют генерацию идей и воображение на индивидуальном и групповом уровнях. Точно так же инновация является не только задачей приобретения ресурсов, необходимых для коммерциализации. Инновация — это кооперативная деятельность, которая требует взаимодействия и сотрудничества между отделами технологического развития, производства, маркетинга и множества других функциональных подразделений фирмы [4].

Изобретение — это акт креативности, требующий знания и воображения. Способности компаний совершенствовать свою инновационную деятельность мешало ограниченное понимание природы креативности и отказ признать индивидуальные особенности и организационные условия, генерирующие творческий потенциал. Креативность, лежащая в основе изобретения, является, как правило, индивидуальным действием, которое устанавливает осмысленные взаимоотношения между концепциями или объектами, ранее не связанными между собой.

Степень продуктивности креативных людей зависит также от общей атмосферы организации, в которой они работают. Существует масса фактических данных, показывающих, что креативность стимулируется взаимодействием людей. Исследование коммуникации продемонстрировало, что развитие коммуникационных сетей является одним из самых главных аспектов управления НИОКР.

Коммерциализация новой технологии требует соединения креативности и технологического опыта со способностями к производству, маркетингу, финансированию, дистрибуции и послепродажному обслуживанию покупателей. Процесс разработки нового товара затрагивает все области функционального и технического опыта компании. Организационная задача очень серьезна: существуют глубокие различия между организацией, которая задумывает и проектирует инновационный товар, и теми, что изготавливают его и выводят на рынок. Это — классическая дихотомия между генерированием знания (или исследованием) и применением знания (или использованием). Операционные функции, такие как производство и сбыт, должны быть организованы иначе, чем технологическая функция и функция разработки товара, что увеличивает потребность в специализации и интеграции подразделений.

Заключение. Для успешного развития деятельности организаций Республики Беларусь в долгосрочной стратегической перспективе решающее значение имеет поиск и внедрение организационных, технических и маркетинговых новшеств, т. е. нововведений (инноваций).

Анализ инновационной деятельности выступает важной составной частью систем стратегического и оперативного управления организацией, обеспечивающих не только эффективное использование производственных ресурсов и повышение финансовой устойчивости в краткосрочном периоде, но и долгосрочное стабильное развитие и рост компании. Системное и регулярное проведение анализа инноваций, несомненно, будет способствовать завоеванию и удержанию конкурентных преимуществ и в конечном счете достижению главной цели — росту благосостояния собственников организации.

Список цитируемых источников

1. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / Л. Л. Ермолович [и др.] ; под общ. ред. Л. Л. Ермолович. — Минск : Современ. шк., 2006. — 736 с.
2. Бердникова, Т. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие. — М. : ИНФРА-М., 2007. — 215 с.
3. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. для вузов / Д. В. Лысенко. — М. : ИНФРА-М, 2008. — 320 с.
4. Максименко, Н. В. Внутрифирменное планирование : учеб. пособие / Н. В. Максименко. — Выш. шк., 2008. — 398 с.
5. Экономика инноваций : учебник / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля и проф. Т. Г. Попадюк. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Вуз. учеб. : ИНФРА-М, 2013. — 336 с.