

ца – 14,92 %. Оценка существующей структуры методом, предложенным И.М. Сыроежиным, показала, что общая результативность системы составляет 48 %.

При производстве товара любого наименования производитель исходит из объемов потребления данного товара. Предположим, что при производстве каждого вида продукта предприниматель ориентируется на научно разработанные нормы потребления. Использование экономико-математических методов для разработки “диеты” человека и последующая оценка структуры потребления основных продуктов питания, с учетом внесенных изменений, показала, что общая результативность системы увеличилась на 12 % и, соответственно, составила 60 %.

Таким образом, любые решения, принимаемые субъектами хозяйствования в процессе осуществления хозяйственной деятельности, имеют свое отражение во всех изменениях, происходящих на уровне отдельного субъекта хозяйствования (домашнего хозяйства, предприятия, государства, остального мира) или всего народного хозяйства. Максимальное согласование целей приведет к максимальной эффективности деятельности субъектов хозяйствования – в частности, и народного хозяйства – в целом.

ИННОВАЦИИ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

И.Н. Ридецкая

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Демидов В.И.

С насыщением отечественного рынка импортными товарами у населения появилась возможность сравнивать их с продукцией отечественных производителей. Сегодняшнего покупателя уже не «возьмешь» на блестящую упаковку, он все чаще требует, чтобы товар был прочен, надежен, экологически безвреден и не слишком дорог. Для удовлетворения его запросов отечественная продукция должна превосходить зарубежную по потребительскому эффекту, т. е. потребитель должен знать, сколько качества он получит за единицу цены.

Но что же делать, если некоторые товары в стране не производятся? Данная ситуация приводит к пониманию того, что в условиях перехода к рыночным отношениям актуальной является проблема активизации инновационной деятельности предприятий (разработки новой продукции), движущей силой которой является стремление к удержанию собственных позиций на рынке, их укреплению и максимизация прибыли.

В былые времена работа по обновлению товарного ассортимента проводилась целенаправленно поскольку существовала такая система, когда Товарные управления Министерства торговли РБ два раза в год разрабатывали перечни товаров, предлагаемых для освоения на отечественных предприятиях. Однако большинство предприятий не было заинтересовано и не стремилось заниматься разработкой и освоением новой продукции, так как данный процесс отличается большой сложностью в планировании и организации производства. В период разработки и освоения новой продукции в производственном механизме предприятия происходят изменения, связанные с нарушением ритмичности производства, появляются трудности в материально-техническом и кадровом обеспечении.

Причиной, обусловившей низкую заинтересованность со стороны производителей в осуществлении инновационной деятельности, выступала неэквивалентность их материальных и трудовых затрат, связанных с освоением и выпуском качественно новой продукции, экономическому и социальному эффекту, полученному в результате этих мероприятий. Дополнительные затраты на переналадку технологических линий, переподготовку специалистов, элемент риска, присутствующий при переходе на выпуск новой продукции, учитывались и компенсировались в недостаточной мере. Таким образом, затраты, связанные с освоением новых изделий, существенно снижали эффективность работы предприятия, ухудшали финансовое положение, являясь причиной, сдерживающей внедрение инноваций. Отечественные промышленные предприятия сталкивались с такой проблемой, как отставание по срокам создания и освоения новых изделий от зарубежных фирм. Что не способствует созданию конкурентоспособной продукции, так как за период ее разработки и освоения теряется ее актуальность.

Кроме того, сказывались препятствия субъективного характера, связанные с бюрократической волокитой в связи с необходимостью различного рода согласований при внедрении в производство нововведений, что способствовало формированию своеобразного психологического барьера к разработке качественно новых товаров.

В настоящее время также действуют негативные факторы, сдерживающие инновационную деятельность (инфляция, неплатежеспособность предприятий, спад производства, разрыв хозяйственных связей и др.). Но приоритет потребителя в выборе продукции заставляет производителей включаться в конкурентную борьбу за сбыт своих изделий, что ведет к необходимости повышения качества выпускаемых изделий, систематического обновления номенклатуры, организации выпуска новых изделий. То есть, деятельность отечественной промышленности направлена на создание продукции, способной конкурировать с новейшими зарубежными аналогами. Проблему же конкурентоспособности продукции отечественной промышленности, можно решить только за счет освоения продукции, которая обладает подлинной новизной, путем применения прогрессивных технологий и технических систем, которые способны по производительности и качеству приблизиться к мировым образцам.

Специалисты считают, что возможности повышения эффективности производства зависят на $\frac{3}{4}$ от внедряемого в производство изделия и только на $\frac{1}{4}$ от возможных изменений в процессе производства. То, что было упущено на предпроизводственной стадии, невозможно исправить на производстве. Следовательно, высокий уровень организации конструкторской подготовки производства является решающим фактором эффективности инновационной деятельности и производства в целом. Именно конструкторская подготовка должна обеспечить создание новой продукции, не только соответствующей современному уровню техники и запроса потребителей, но стараться их предугадать на ближайшую перспективу.

Однако конструирование современных изделий – сложный процесс, так как необходимо находить такие решения, которые бы при изготовлении изделия требовали минимальных материальных, трудовых и денежных затрат и в то же время обеспечивали максимальную эффективность при эксплуатации. Такие решения могут быть только следствием тщательной многовариантной проработки конструкций отдельных деталей и всего изделия.

В настоящее время на большинстве отечественных промышленных предприятий распространена практика определения экономических показателей производимой продукции уже после ее создания, а затем прилагаются огромные старания, чтобы подогнать произведенную продукцию (зачастую нерентабельную) под необходи-

мые параметры. Такое положение вещей является непозволительной роскошью, так как один из принципов рыночной экономики гласит – «производить то, что продается, а не продавать то, что производится». Поэтому экономические методы управления должны широко применяться уже на стадии конструкторской подготовки производства новых изделий.

Система экономического управления включает следующие основные элементы: планирование и прогнозирование развития науки и техники и внедрение их достижений в производство, ценообразование на новую продукцию, методы и источники финансирования создания и внедрения новой продукции, материальное стимулирование инновационной деятельности.

В рамках вышеизложенного необходимо критически проанализировать действующую систему показателей и методов оценки конструкторской подготовки производства, системы ее планирования и стимулирования работников предприятия, разработать направления совершенствования системы управления конструкторской подготовкой производства. Важно разработать обоснованную методику ценообразования на вновь производимую продукцию, которая соответствовала бы стремлениям производителей максимизировать прибыль и потребителей – уплатить цену, соответствующую полученному уровню качества. Определить важнейшие показатели оценки экономической эффективности затрат на создание и освоение новой продукции, порядок установления оптимальных показателей качества нового изделия, так как качество выпускаемой продукции зависит от качества проекта, то есть от того, какие параметры будут в него заложены, каким способом и на основе каких принципов они будут реализованы.

Сегодняшняя практика показывает, что поскольку механизм хозяйствования формируется из разрозненных блоков управленческих решений в области организации производства, налоговой политики, финансов, кредитов, ценообразования, экспортно-импортных операций, поскольку он в общем виде крайне противоречив и нестабилен, постольку он не может способствовать реализации инновационных задач.

Представляется, что это послужит решающим фактором в активизации инновационной деятельности предприятий и повышении эффективности производства.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «САНТЭП»

О.А. Нехрист

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Лизакова Р.А.

По своей сущности стратегия предприятия представляет собой способ достижения его целей. Структурно стратегия представляет собой, во-первых, план развития, во-вторых, характеризует принципы поведения предприятия, в-третьих, позицию в конкуренции, в-четвёртых, приёмы конкуренции, в-пятых, перспективы предприятия. Таким образом, реальная стратегия предприятия должна учитывать все вышеотмеченные аспекты стратегии.

Сущность стратегического управления заключается в обеспечении соответствия потенциала предприятия как совокупности его возможностей и его внешней среды. Данное соответствие достигается путём разработки и реализации соответствующей стратегии.