

необходимо в первую очередь решать вопросы вывода на рынок новых товаров. Реклама активным информационным воздействием на покупателей может и должна выступать стимулом, ускоряющим процессы покупок. При этом она не должна навязывать новую продукцию, а лишь раскрывать ее ценность, тем самым способствуя осознанию необходимости ее приобретения.

Формирование покупательского поведения, отвечающего целям деятельности предприятия, должно, по нашему мнению, осуществляться на основе стимулирования процессов рекламной восприимчивости целевой аудитории и конструировании в сознании лиц, принимающих решения, специфических символов, олицетворяющих успешный бренд. Эффективность таких мероприятий во многом зависит от величины затрат и рекламных усилий на продвижение товаров, широты охвата целевой аудитории, частоты представления информации с использованием различных каналов коммуникации. Поэтому в процессе определения эффективности затрат на рекламу наряду с традиционными методами необходимо, на наш взгляд, использовать методики интерпретации результатов оценки на основе опросов покупателей, создания базы данных о совершенных покупках и факторах, вызвавших их изменения, сравнения показателей эффективности с динамикой характеристик рекламы. К тому же для новых предприятий весьма важным показателем является степень их «раскрученности» на рынке, поскольку она предопределяет долю потенциальных клиентов.

Литература:

1. Васильев, Г.А., Поляков, В.А. Основы рекламы: Учеб. пособие: - М.: Вузовский учебник, 2009. – 407 с.
2. Ананьева, Т.В. Коммуникационная кампания при выводе на рынок новых услуг и продуктов В-2-В. // Маркетинговые коммуникации, № 1, 2010, с. 26-33.
3. Милгром, П.О. О чем вам не расскажет продавец: игры убеждения и раскрытие информации. // Вопросы экономики, № 3, 2009, с. 94-108.
4. Лидовская, О.П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения. – СПб.: Питер, 2008. – 141 с.
5. Подчаша, С.В. Методические основы оценки эффективности рекламы. // Вестник БГЭУ с. 26-32.
6. Донцов, А.И. Экономические результаты рекламной восприимчивости / А.И. Донцов, А.Н. Овчаренко. – М.: Эксмо, 2007. – 608 с.
7. Равич, Г.С. Определение объема информации на основе ее ценности.// Белорусский экономический журнал, № 2, 2007, с. 89-97.

*М.В. Самойлов, канд. техн. наук, И.А. Мочальник, канд. хим. наук,
Лосева Е.М., В.А. Бобрович, канд. техн. наук, УО «БГЭУ» (г. Минск)*

ОЦЕНКА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

При разработке стратегии технологического развития и инновационной деятельности промышленного предприятия необходима соответствующая оценка эффективности ее планирования и реализации. Основными элементами, которые должны быть учтены при данной оценке, являются:

- результаты, которые предприятие намерено получить от технологического развития и инновационной деятельности;
- сферы активности, появляющиеся в результате совершенствования собственных технологических ресурсов;
- ресурсы, необходимые для реализации технологического развития и инновационной деятельности предприятия;
- роли, которые отводятся появляющимся в ходе технологического развития и инновационной деятельности сферам активности;
- группы интересов, оказывающих влияние на совершенствование отдельных производственных процессов.

Процедура по определению показателей, характеризующих качество стратегии технологического развития и инновационной деятельности предприятия, включает четыре этапа в соответствии с рисунком 1.

На первом этапе, прежде всего, моделируется тот процесс, который является объектом технологического развития и должен управляться в рамках стратегии инновационного развития предприятия. Очевидно, что идентификация производственных процессов, подлежащих технологическому развитию, является первым шагом на пути перехода к управлению этим развитием.

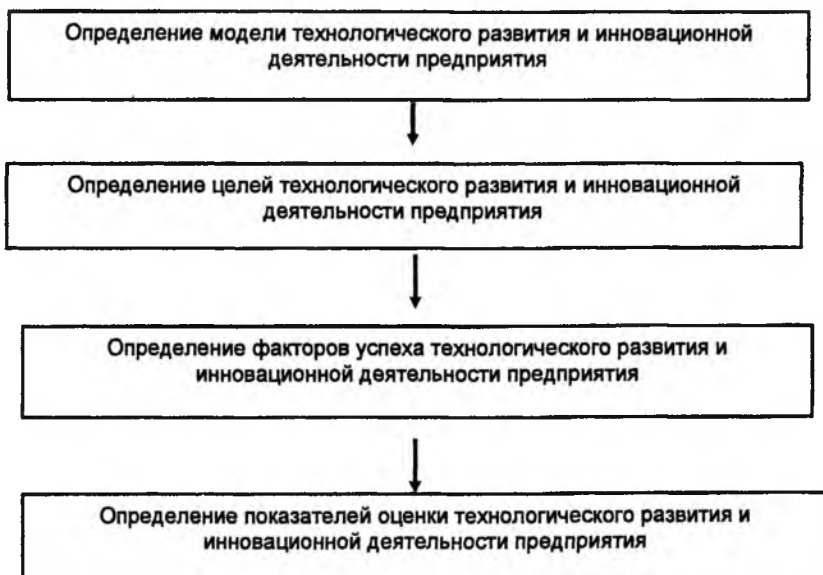


Рисунок 1 – Этапы процедуры по определению показателей, характеризующих качество производственных процессов

На втором этапе при определении целей технологического развития и инновационной деятельности предприятия необходимы следующие шаги:

- оценка фактического положения предприятия, т.е. определение места, занимаемого им в общей системе национальной экономики;

- постановка возможных целей на основе представления о будущем развитии;
- выбор конкретных целей и определение их приоритетов;
- формулировка параметров и показателей достижения целей на основе исследования внутренней среды и собственных технологических ресурсов промышленного предприятия.

В современных условиях реализация целей технологического развития производства должна базироваться на улучшении внутрифирменных отношений (связей) производственной системы.

На третьем этапе определяются факторы успеха технологического развития и инновационной деятельности предприятия.

Одним из авторов концепции ключевых факторов успеха является М. Портер. В настоящее время данная концепция широко используется в стратегическом менеджменте и маркетинге. Она исходит из того, что существует ограниченное количество переменных, которые вносят весомый вклад в успех предприятия в конкурентном окружении. Традиционно ключевые факторы успеха интерпретируются либо в обобщенном виде, либо применительно к отдельным сферам хозяйственной деятельности. В некоторых работах эта концепция обращена и к отдельным предприятиям, подразделениям и даже процессам. В нашем случае ключевые факторы успеха отнесены к технологическому развитию и инновационной деятельности предприятия, поэтому их можно определить как ограниченное число переменных, которые обеспечивают успешное и конкурентоспособное развитие и последующее функционирование предприятия. К таким факторам относятся те немногие ключевые области, которые должны хорошо функционировать, чтобы технологическое развитие всего производственного процесса протекало эффективно.

Ключевые факторы успеха технологического развития производственного процесса в нашем случае можно подразделить на три группы:

- общие факторы успеха, обеспечивающие удовлетворение запросов клиентов;
- факторы успеха осуществления самого производственного процесса, обусловленные состоянием технологических ресурсов производства, чтобы получить продукцию, удовлетворяющую запросы клиентов;
- факторы успеха, отражающие специфику технологического развития данного производственного процесса.

Четвертый этап: определение показателей. В основе окончательного отбора и определения показателей оценки качества стратегии технологического развития и инновационной деятельности лежат два аспекта.

Первый из них касается целей технологического развития производственного процесса и в общем виде формулируется так: каким образом можно определить, достигнута ли данная цель технологического развития производственного процесса? Второй комплекс вопросов относится к факторам успеха и в общем плане звучит так: с помощью каких показателей можно установить, что данный фактор успеха технологического развития производственного процесса оказался эффективным?

При разработке системы показателей оценки технологического развития и инновационной деятельности, реализуемых на предприятии, необходимо придерживаться следующих принципов:

- в систему должны входить не только количественные (например, традиционно

используемые финансовые) показатели, но и показатели, качественно оценивающие инновационную активность предприятия. Анализ динамики изменений качественных показателей поможет вовремя выявить проблемы и принять меры до наступления проблем в реализации инновационной деятельности предприятия;

- необходимо регулярно анализировать актуальность используемых показателей: инновационный процесс динамичен, предприятие непрерывно развивается, и некоторые показатели могут устареть или потребовать других алгоритмов расчета;

- показатели не должны быть сложными в расчетах и двусмысленными в интерпретации;

- система показателей оценки технологического развития и инновационной деятельности, реализуемых на предприятии, должна органично «влиться» в систему показателей оценки деятельности всего предприятия в целом, стать одним из элементов корпоративного управления;

- показатели должны максимально вовлекать персонал предприятия в реализацию инновационной деятельности;

- система показателей должна быть структурирована по принципу «вход (затраты)» – «выход (результат)»;

- показатели оценки технологического развития и инновационной деятельности, реализуемых на предприятии, должны органично вписываться в систему показателей комплексной оценки технологических ресурсов предприятия, разработанных нами ранее и ни в коей мере не дублировать их;

- показатели оценки технологического развития и инновационной деятельности, реализуемых на предприятии, должны максимально корреспондировать с системой показателей, оценивающих эти виды деятельности на национальном и международном уровне;

- система показателей – это инструмент, с помощью которого на предприятии поддерживается система управления технологическими ресурсами и их развитием и тем необходимым условием, без которого инновационный процесс на предприятии невозможен.

После составления перечня возможных показателей для всех целей и факторов успеха технологического развития данного производственного процесса целесообразно перейти к их проверке с точки зрения качества и затем осуществить окончательный отбор. К числу качественных требований следует отнести следующие:

- подверженность влиянию: показатель, который не подвержен влиянию со стороны участников процесса, не представляет большой ценности;

- однозначность: показатель считается однозначным, если с его помощью измеряется одно «закрепленное» за ним качество (свойство);

- эффективность: данные для расчета показателя должны изыскиваться и обрабатываться с минимальными затратами ресурсов;

- возможность количественной оценки: если показатель не поддается количественной оценке, он не может быть сопоставлен с предыдущими результатами и степень достижения поставленных целей не может быть точно определена;

- чувствительность: показатель должен отражать даже самые незначительные изменения в реализации процесса технологического развития.

Для реализации процедуры оценки технологического развития и инновацион-

ной деятельности предприятию необходима организация специальной системы - так называемой системы мониторинга процессов (СМП), которая может эффективно работать, используя соответствующие отправные показатели.

Понятие мониторинга реализации стратегии технологического развития и инновационной деятельности должно охватывать производственные процессы на предприятии с точки зрения их технико-технологической сущности в рамках существующей или трансформируемой социально-экономической среды предприятия. Поэтому СМП следует рассматривать как систему, которая регулярно контролирует и измеряет качество этих процессов. Использование понятия «качество» подразумевает, что СМП не должна ограничиваться контролем только над временными и финансовыми аспектами реализации стратегии технологического развития и инновационной деятельности предприятия. Нельзя рассматривать СМП и в качестве простой информационной компьютерной системы. Контроль над сроками реализации задач, а также оценку результативности осуществляют непосредственно уполномоченные работники предприятия, или в случае необходимости, специально привлекаемые извне специалисты.

Чтобы объективно и обоснованно оценить качество стратегии технологического развития и инновационной деятельности целесообразно, в частности, привлекать персонал к добровольному участию в процедуре оценки технологических ресурсов предприятия, а также разработке мероприятий по повышению его технологического уровня. Если персонал будет ощущать себя не простым исполнителем приказов, а соучастником проекта оценки и развития технологических ресурсов производства, то и вся СМП будет восприниматься более адекватно. В этом смысле СМП может рассматриваться в качестве информационной системы, которая предназначена для одновременной оптимизации использования персонала, технологии и организационной структуры предприятия (ведь производство с точки зрения системного подхода представляет собой социально-экономико-технологическую систему).

Любая СМП ставит своей главной целью постоянное отслеживание состояния производственных процессов. Поэтому, на первый взгляд, она несовместима с проектами технологического развития, которые нацелены на их радикальное изменение. Однако данное противоречие вполне разрешимо. Внедрение СМП должно проводиться с целью проверки на эффективность уже усовершенствованных производственных процессов и выявления возможности их дальнейшего улучшения. В любом случае нельзя допускать, чтобы после инновационного развития производства вновь совершались прежние ошибки, и постепенно сводилась на нет эффективность работ, реализованных ранее. В то же время может оказаться, что СМП выявит столь низкое качество производственного процесса, подлежащего технологическому развитию, что потребует существенно изменить хозяйственную деятельность предприятия.

Представленный методологический подход для определения показателей оценки качества реализации технологического развития производственных процессов является достаточно корректным, формируя концептуальные основы построения модели технологического развития и инновационной деятельности предприятия.