

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КАК НЕОБХОДИМЫЙ ФАКТОР СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ (НА БАЗЕ ЧУП «ГОМЕЛЬСКИЙ ЗАВОД ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ»)**

Инновационная политика отечественных предприятий сегодня направлена на обеспечение ускорения процессов интеграции всех типов нововведений: по продукции, по организационной структуре, по методам продаж, по рынкам сбыта; ориентирована на создание коллективного климата на предприятии, стимулирующего инновацию во всех областях производственной и коммерческой деятельности, имея целью также сократить сроки разработки и внедрения новой продукции и увеличить рентабельность ее производства и сбыта.

Инновационная политика является основным принципом маркетинговой концепции, давая предприятию, применяющему его в своей стратегии, существенные преимущества по сравнению с фирмами-конкурентами и увеличивая, в конечном счете, прибыльность деятельности.

Мотивы для инновационных введений на предприятии могут быть внешними и внутренними:

- внешние мотивы: насыщенность рынка существующими товарами, развитие научно-технического прогресса, необходимость приспособления к структурным изменениям в отраслях промышленности, угрожающая позиция фирмы политика конкурентов, необходимость сглаживания конъюнктурных колебаний, изменения в предпочтениях потребителей и др.;

- внутренние мотивы: стремление увеличить рост продаж и рыночную долю, стремление увеличить конечную прибыльность, улучшить конкурентоспособность на рынке, уменьшить риск, связанный с ограниченным товарным ассортиментом, выход на новый для фирмы рынок и т.д.

При проведении инновационной политики необходимым условием успеха является перманентность инновации, то есть ее преемственность, непрерывность и последовательность, иными словами, один вид нового товара запущен в производство и массово продается на рынке, а в это же время другой, уже новый или усовершенствованный продукт разрабатывается ему на смену.

В то же время нередки случаи, когда предприятие предпочитает не заниматься самостоятельными конструкторскими разработками, а покупать их на стороне, то есть черпать из внешних источников, однако это чревато опасностью отчуждения от инновационных процессов вообще, потерей контроля за ходом их развития и сильной зависимостью от внешнего поставщика.

В результате проведенных исследований по инновационному развитию ЧУП «ГЗТО» был выявлен ряд приоритетных направлений по внедрению инновационных проектов, направленных на реконструкцию и модернизацию данного предприятия. В настоящее время требуют своего первоочередного решения

вопросы, связанные с освоением производства таких новых видов продукции, как перфорированные стойки для стеллажного торгового оборудования, производство современных бумажных упаковочных материалов, производство полиэтиленовых пакетов, а также создание цеха по деревообработке на базе ЧУП «ГЗТО».

В связи с этим, из инновационного фонда БКС предлагается освоить средства на общую сумму 1068 млн р., в том числе:

- для производства бумажных упаковочных материалов и полиэтиленовых пакетов – 168 млн р.

- для организации производства перфорированных стоек и создания цеха по деревообработке – 900 млн р.

Однако, при проведении инновационной политики на ЧУП «ГЗТО» существуют определенные риски, которые, как правило, могут быть вызваны следующими причинами:

- переоценка рыночного потенциала в сторону увеличения;
- выход с товаром, опередившим во временном отношении потребности рынка (наличие дешевых и надежных заменителей новому совершенному с технической точки зрения товару или ограниченность сферы его применения);
- неправильная оценка пробных продаж;
- неправильный выбор целевого рынка;
- неправильные каналы сбыта;
- отсутствие квалифицированного персонала;
- неправильный выбор момента выхода на рынок (опоздание или опережение);
- неправильная организационная структура управления инновационными процессами в системе маркетинга;
- недостатки самого товара (плохое качество, сложное обслуживание, специальные условия эксплуатации);
- высокие расходы внедрения нового товара, существенно превосходящие запланированные.

В связи с этим, объективной необходимостью сегодня является перспективное видение и прогноз развития данного предприятия с учетом существующих потенциальных угроз и реализации возможностей в инновационной деятельности для успешных конкурентных позиций на рынке.

*В.Ю. Золоторенко*

*ГГУ им. Ф. Скорины (Гомель)*

## **ВЛИЯНИЕ МЕТОДА ОПРЕДЕЛЕНИЯ КЛАССИФИКАЦИОННЫХ РУБРИК НА ПОЛНОТУ СБОРА ПАТЕНТНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Разработка и постановка продукции на производство предполагает проведение патентных исследований. Их первым этапом является разработка регламента информационного поиска, который определяет область проведения поис-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

[elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)