

## МЕХАНИЗМЫ ПОЗИТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ИННОВАЦИЙ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.В. Шинкевич

*Минский институт управления*

Инновационность сегодня рассматривается как один из императивов макро- и микроэкономического развития. Основной принцип инновационной политики предприятия: инновационная деятельность должна быть непрерывной и всеобъемлющей, т.е. реагировать на все стимулы и охватывать все возможные объекты. В этом случае говорят об инновационном типе развития. Механизмы позитивного воздействия инноваций на устойчивое развитие предприятия реализуются в сфере управления предприятием и включают: инновационное управление как управление с использованием различного рода инноваций (товарных, технико-технологических и организационных); инновационный менеджмент как управление процессом создания инноваций; инновационное развитие классических функций управления. Указанные механизмы направлены на: а) формирование и удержание конкурентных преимуществ предприятия в конкретном бизнесе на основе использования достижений научно-технического прогресса и создания новых возможностей; б) обеспечение диверсификации деятельности предприятия в наиболее привлекательные сферы бизнеса; в) повышение квалификации и навыков персонала; г) получение устойчивой прибыли в длительной перспективе.

*Инновационное управление* условно может быть разделено на два уровня. Во-первых, определение технических и организационных инноваций, которые способствуют повышению эффективности и устойчивости функционирования предприятия; данный уровень предполагает анализ внешних инноваций и разработку собственных, используя технологии *инновационного менеджмента*. К данному уровню инновационного управления относятся задачи принятия и осмысления перемен, связанных с внешней средой и с оценкой внутренних возможностей предприятия. Во-вторых, определение форм и методов

реализации инноваций на предприятии, обеспечивающих эффективное управление его деятельностью и получение устойчивой прибыли, основанных как на элементах новизны в *классических функциях менеджмента*, так и использовании совершенно иных методов и технологий. В рамках реализации второго уровня инновационного управления следует решать такие задачи, как переход на маркетинговую концепцию деятельности предприятия; внедрение стратегического управления и развитие предпринимательского менеджмента; использование форм и методов управления проектами; и др. новые методы эффективного управления.

Переход на маркетинговую концепцию в деятельности предприятия означает качественно новый подход к управлению производством. Суть его состоит в том, что исходным пунктом в выявлении возможностей конкретного производства, путей его интенсификации и повышения эффективности становится прогноз и анализ платежеспособного рыночного спроса на соответствующие товары, а также многовариантная и многофакторная оценка выгоды при удовлетворении этого спроса. В этой связи следует отметить, что развитие маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях в основном ограничено анализом и оценкой платежеспособного спроса и использованием этих результатов в планировании деятельности предприятий. Вопросы многовариантной и многофакторной оценки выгоды при удовлетворении этого спроса не рассматриваются, в том числе механизмы маркетинговых программ по продуктам и по производству не используются или используются лишь частично.

Сущность стратегического подхода к управлению предприятием заключается в стратегическом образе мышления менеджерского корпуса в процессе планирования и реализации предпринимательской деятельности. Ключевым элементом реализации стратегического управления является создание и осуществление стратегии устойчивого развития предприятия.

Область управления, определяемая сегодня как предпринимательский менеджмент, по сути, есть средство реализации предпринимательской функции предприятия при его работе в условиях рынка. Важное место в развитии предпринимательского подхода в управлении и внедрении предпринимательской модели предприятия в отечественную практику занимает объективный анализ и использование возможностей предпринимательской среды. Под *предпринимательской средой* понимается наличие условий и факторов (внешних и внутренних),

которые воздействуют на функционирование предприятия и определяют необходимость принятия стратегических управленческих решений, направленных на их устранение либо на приспособление к ним деятельности предприятия. Средства создания внутренней предпринимательской среды связаны с оптимизацией и активизацией человеческого потенциала и направлены на создание организационных структур, внедрение новых технологий и формирование необходимых навыков персонала, обеспечивающих более оперативное и эффективное удовлетворение потребностей конкретных потребителей.

Особенности управления проектами составляют специфическое разделение труда, координация внутренних и внешних связей элементов проекта и необходимых ресурсов, другие специфические средства, позволяющие существенно повысить вероятность реализации проекта в заданные сроки и в рамках выделенного бюджета.

## **ФИНАНСОВЫЙ АСПЕКТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Г.З. Суша**

*Минский институт управления*

В последние годы много внимания в научных изданиях уделяется проблемам конкурентоспособности. Опубликовано специальное учебное пособие [1]. Наиболее сложным является вопрос оценки уровня конкурентоспособности предприятия и планирования его повышения [2]. Очевидно, что без учета финансового положения субъекта хозяйствования оценка уровня конкурентоспособности будет не полной.

Пользователи финансовой отчетности открытых акционерных обществ имеют необходимую информацию для исследования проблемы. По предприятиям остальных организационно-правовых форм она отсутствует. Более того, руководители республиканских унитарных предприятий считают финансовую отчетность секретной. Следовательно, ограничена база данных для оценки основных финансовых параметров конкурентоспособности предприятий. Государственная статистическая отчетность содержит только показатель рентабельности продукции, что совершенно недостаточно для характеристики финансовой составляющей конкурентоспособности субъектов хозяйствования.