

*Сарахман Юлия Олеговна  
студентка магистратуры  
Институт сервиса и отраслевого управления,  
Тюменский индустриальный университет,  
Россия, г. Тюмень  
e-mail: sh.julljull@gmail.com*

## **МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОГО ПЛАНА РАЗВИТИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА**

***Аннотация:** статья посвящена анализу проблем развития для предприятий машиностроительного комплекса. В статье рассмотрены Методика разработки инновационного плана предприятия. Автор рассматривает необходимость развития предприятий.*

**Ключевые слова:** инновационный план, предприятие, развитие, окупаемость.

*Sarahman Yuliya Olegovna,  
master student,  
Institute of Service and Industry Management  
Tyumen Industrial University,  
Russia, Tyumen*

## **MECHANISM FOR DEVELOPING AN INNOVATIVE DEVELOPMENT PLAN FOR MACHINE-BUILDING COMPLEX**

***Abstract:** The article is devoted to the analysis of development problems for enterprises of the machine-building complex. The article discusses the Methodology for developing an innovative enterprise plan. The author examines the need for enterprise development.*

**Keywords:** innovation plan, enterprise, development, payback.

Главной задачей компании в данное время является постановка научно-технических и технологических задач в условиях ограниченных ресурсов, разработка инновационной и промышленной идеологии, представляющей обоюдный интерес для науки, промышленности, инвесторов и соответствующей основной цели развития самой компании.

Будущее предприятия, а также его конкурентоспособность, на сегодняшний день во многом зависит от его политики в инновационной области,

возможности разрабатывать, осваивать и использовать различные виды и типы инноваций.

В данный момент, состояние инновационных процессов на российских машиностроительных предприятиях довольно двойственно:

- Во многих компаниях машиностроительного комплекса продолжают инновационные процессы. Данные процессы интенсивны в сфере смены номенклатуры выпускаемого товара и оборудования, и не слишком эффективны в области разработки новых технологий, а также материалов.

- Внедрение новых продуктов в большей степени основано на конкурентной имитации. В сфере технологий переносов немного меньше, так как предприятия стараются идти индивидуальным путем.

- Вместе с тем разработка и внедрение новых технологий во многих случаях вступает в диссонанс с действующим рыночным механизмом предприятия (поставщики и другие партнеры). Серьезное изменение технологий может привести к ребалансировки состава хозяйственной цепочки.

Ключевым фактором деятельности предприятия в области инноваций является обеспечение движения интеллектуального капитала с целью увеличения прибыли.

Базой интеллектуальной инновационной деятельности является инновационный процесс, который является последовательностью действий по проектированию идеи возможных нововведений, маркетингу инноваций, производству, а также продаже и распространению этих нововведений, оценке эффективности инноваций.

Инновационный процесс стремится к конечному результату – инновационный продукт и инновационная продукция. Базисом данного процесса является изменение интеллектуальной собственности в окончательный продукт инновационной деятельности, которую в свою очередь можно осуществить только в инновационном процессе.

Для выполнения намеченных целей, компания разрабатывает методику внедрения инновационного плана, которая обязана включать следующие восемь этапов:

1. Постановка масштабной цели развития компании;
2. Создание перечня инноваций, предложенных к внедрению;
3. Расчет и доказательство очередности внедрения отдельных проектов (разработка стратегических альтернатив);
4. Исследования в области маркетинга;
5. Анализ риска и эффективности инвестиционного проекта.
6. Подготовка и организация производства.
7. Планирование организации сбыта и рекламных мероприятий.
8. Анализ и оценка результатов внедрения инновационного плана в целом и по отдельным проектам.

Раскроем некоторые из них. Определение масштабной цели развития компании считается базисом, с которого формируется разработка инновационного плана в компании. Приоритетными задачами выступают: введение в действие нового инновационного продукта или услуги, современной технологии, нового сырья, а также идея организационных изменений в компании в целом или в одном из его подразделений.

Создание перечня инноваций, предложенных к внедрению в компании. В процессе данного этапа устанавливается список инновационных проектов, создание и внедрение которых рекомендовано на предприятии.

Расчет обеспеченности ресурсами содержит в себе помимо всего еще и оценку инвестиционной привлекательности компании.

Исследования в области маркетинга. Для исполнения инновационного плана компании нужно, чтобы маркетинговые исследования рынка доказали потребность в нем, а также определили конкретных потребителей. После внедрения нового продукта, маркетинговые исследования позволят спрогнозировать будущий спрос на данный продукт. А также целесообразно

включить сюда внедрение нового оборудования и технологий, которые могут привести к повышению уровня качества существующего продукта или выпуску нового. То есть, маркетинговые исследования нового материала, оборудования и технологий приводят к маркетингу продукции, которая в свою очередь может быть выпущена с их помощью.

Целью маркетингового исследования является оценка объема продаж, который будет обеспечен в результате выпуска товара или услуги. При оценке возможного объема продаж необходимо провести оценку общего размера рынка, доли рынка, срока выпуска новой продукции, а также вероятность получения прибыли. При этом целесообразно обнаружить действительных и потенциально возможных конкурентов, провести анализ возможных каналов распределения нового продукта, выполнить оценку соответствия существующей системе сбыта.

Анализ риска и эффективности инновационного плана состоит в определении и оценке главных показателей. Относительно факторов, влияние которых можно измерить только часть количественно, то ключевые направления исследования будут такие:

- анализ влияния инфляции. При этом необходимо брать в учет различное влияние инфляции на отдельные статьи, из которых складываются ожидаемые денежные потоки;
- анализ маркетинговых факторов, которые влияют на объем продаж продукции предприятия;
- анализ источников финансирования инвестиций. Их наличие для одного из проектов совсем не означает возможности финансирования другого проекта (например, наличие целевых капиталовложений). Однако полное отсутствие финансовых возможностей делает нереализуемым любой инвестиционный проект;
- анализ степени риска инвестиционного проекта. Существующие количественные методы определения риска довольно просты, но не лишены недостатков. Поэтому, наряду с ними целесообразно использовать экспертные методы оценки. Оба метода могут использоваться в комбинации.

### Список литературы:

1. Медынский В.Г., Шаршукова Л.Г. Инновационное предпринимательство: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 1997. 237 с.
2. Завлина П.Н., Казанцева А.К., Миндели Л.Э. Инновационный менеджмент: Справ. пособие. М.: ЦИСН, 1998. 559 с.
3. Абрамов А.Е. Основы анализа финансовой, хозяйственной и инвестиционной деятельности предприятия в 2-х ч. М.: Экономика и финансы АКДИ, 1996. 96 с.
4. Рыжиков С.В., Золотогоров В.С. Экономический справочник руководителя предприятий: Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2000. 317 с.