

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Инновационный потенциал промышленного предприятия — это мера его готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели посредством реализации инновационного проекта или программы инновационных преобразований и внед-

рения инновации [1]. В современных условиях хозяйствования от состояния инновационного потенциала зависят выбор и реализация инновационной стратегии — поведение предприятия в сфере научных исследований и разработок, направленное на формирование потенциала, достаточного для изменения внешнего окружения и способствующего достижению долгосрочных целей, а также эффективной реализации конкурентной стратегии.

Можно выделить три основные составляющие, от которых необходимо отталкиваться в выработке и выборе инновационного подхода в швейной промышленности:

- высококвалифицированные менеджеры и управленцы — можно выделить базу развития легкой промышленности в Республике Беларусь с учетом инноваций, как создание программ обучения и «выращивания» менеджеров, способных реализовать инновационный путь развития, что пересекается с задачей внедрения инноваций в системе образования и подготовки менеджеров и лидеров;

- новые технологии — внедрение и использование новых технологий, оснащение больших, малых и средних предприятий, для обеспечения конкурентоспособности и качества выпускаемой продукции;

- поддержка государства — государственные программы поддержки внедрения инновационных идей, программы по изменению законодательной базы, разработка и внедрение программ стимулирования и развития легкой промышленности.

На современном этапе развития легкой промышленности важнейшим элементом борьбы за рынки стала неценовая конкуренция, которая включает:

- создание и использование новых видов материалов и продуктов, изменение свойств выпускаемой продукции;

- придание продукции качественно новых свойств;

- создание новой продукции для удовлетворения тех же потребностей;

- создание новой продукции для удовлетворения потребностей, не существовавших раньше;

- обновление свойств и дизайна товаров, являющихся символом моды, престижа;

- разработка новых дизайнерских решений; совершенствование услуг, сопутствующих новым продуктам и материалам.

Реализация рыночной стратегии швейного предприятия сегодня возможна в первую очередь за счет использования инновационных факторов, включая:

- ориентацию всей деятельности предприятия на спрос и организационные инновации, технологические ноу-хау;

- лучшее понимание рынка и поведения покупателей;

- оптимизацию управления и наличие гибких структур управления при внедрении новшества;

- использование временного фактора внедрения инноваций, что является определяющим в обеспечении конкурентоспособности новых изделий и материалов на рынке;
- совершенствование технологии, повышение качества и обновление ассортимента продукции.

Применив существующее в теории деление инновационного потенциала на человекоориентированный и техникоориентированный, можно сделать вывод, что в большинстве случаев белорусские швейные предприятия используют последний, ориентируясь на преобладание материально-технической составляющей, что подразумевает наличие и использование в качестве главного конкурентного преимущества различного рода овестьственных ресурсов (включая информацию, преобразованную и материализованную).

Этот факт объясняется созданными государственными возможностями для обновления технологического парка. Так, по словам первого заместителя председателя концерна «Беллепром» В.И. Астровского, в течение последних четырех лет концерн «Беллепром» активно занимается техническим перевооружением, реализует инвестиционную и инновационную программы. Целью мероприятий является не только обновление активной части, но и сокращение износа оборудования до 56 % в 2010 г., а к 2011—2015 гг. показатели планируется улучшить до 36 %. Данные действия должны значительно повысить конкурентоспособность выпускаемой продукции [2]. В целом же инновационная деятельность концерна проводится по двум направлениям: 1) проведение научных исследований с освоением в производстве результатов НИОК(Т)Р и 2) проведение модернизации существующих производств путем закупки нового оборудования с внедрением передовых технологий производства продукции.

За последние 10—15 лет в мировой производственной практике произошли кардинальные изменения в технологических процессах легкой промышленности, позволившие выпускать принципиально новую продукцию. На современном этапе технологической революции производственные предприятия увеличивают удельный вес реализованных инноваций, что позволяет им повышать уровень конкурентоспособности на отраслевом рынке. Принципиальные изменения претерпели также и классические технологии. Усилилось взаимодействие отраслей, которое теперь происходит в сфере развития технологий, производства, распространения, маркетинга или сервиса. В частности, швейная отрасль зависима от поставщиков новейших тканей и материалов, диктуемых модой и спросом.

Перспективными в швейной промышленности являются исследования в области инновационного ассортимента и изучения особенностей спроса на новые товары. Результаты исследований позволят разработать методику определения уровня новизны товара, в том числе новых материалов и технологий, определить основные факторы технологической и экономической эффективности для более точного описания путей

развития производства в рамках отраслей промышленности и на предприятии.

При этом экономическая эффективность будет проявляться не только в виде снижения издержек, но и увеличения рыночной доли за счет разнообразия изделий, удовлетворения новых потребностей, роста конкурентоспособности товара, имеющего высокие эксплуатационные показатели и технические характеристики, возможности дальнейшего совершенствования технологии и обновления производства.

Можно выделить основные тенденции и направления развития легкой промышленности, которые позволят укрепить ее потенциал:

- развитие региональной легкой промышленности;
- развитие малого и среднего бизнеса;
- повышение конкурентоспособности и качества продукции собственного производства, замена импорта товарами собственного производства;
- ориентация на конечного потребителя.

### *Литература*

1. Баранчев, В.П. Управление инновациями: учеб. пособие / В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. — М.: Высш. образование: Юрайт, 2009. — 711 с.

2. Пресс-конференция первого заместителя председателя концерна «Беллегпром» В.И. Астровского [Электронный ресурс]. — 2010. — Режим доступа: <http://www.bellegprom.by/news/news100910.htm>