

СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРОДУКТА

Цзу Инчао¹⁾, М. А. Савич²⁾

¹⁾ аспирант, Белорусский национальный технический университет, г. Минск,
Беларусь, econauka@outlook.com

²⁾ студент, Белорусский национальный технический университет, г. Минск,
Беларусь, econauka@outlook.com

Научный руководитель: С. С. Полоник

*доктор экономических наук, профессор, Белорусский национальный технический университет, г.
Минск, Беларусь, econauka@outlook.com*

В научной статье рассмотрена модель формирования стратегии инновационного конкурентоспособного продукта на промышленном предприятии Республики Беларусь, определен порядок проведения интегральной оценки инновационных проектов.

Ключевые слова: стратегия; инновации; конкурентоспособность; промышленность; организации; затраты; оценка; долгосрочная, текущая стратегия.

STRATEGY FOR FORMING AN INNOVATIVE COMPETITIVE PRODUCT

Tzu Yingchao¹⁾, M. A. Savich²⁾

¹⁾ PhD student, Belarusian National Technical University, Minsk, Belarus, econauka@outlook.com

²⁾ student, Belarusian National Technical University, Minsk, Belarus, econauka@outlook.com

Supervisor: S. S. Polonik

professor, Belarusian National Technical University, Minsk, Belarus, econauka@outlook.com

The scientific article examines a model for forming a strategy for an innovative competitive product at an industrial enterprise of the Republic of Belarus, and determines the procedure for conducting an integral assessment of innovative projects.

Keywords: strategy; innovation; competitiveness; industry; organizations; expenses; grade; long-term, ongoing strategy.

Введение

Промышленный комплекс Республики Беларусь остро нуждается в технологическом перевооружении для повышения конкурентоспособности отрасли. Проведенными научными исследованиями установлено, что именно инвестиционные и инновационные факторы являются определяющими для современного промышленного производства Республики Беларусь.

Результаты и обсуждение

Нами разработана стратегия, обеспечивающая комплексное управление всеми этапами и стадиями жизненного цикла нововведений. Она состоит из зарождения идеи нового продукта,

стадии научных исследований и проектно-конструкторских работ, подготовки производства, а также стадии устойчивого конкурентного сбыта нового товара.

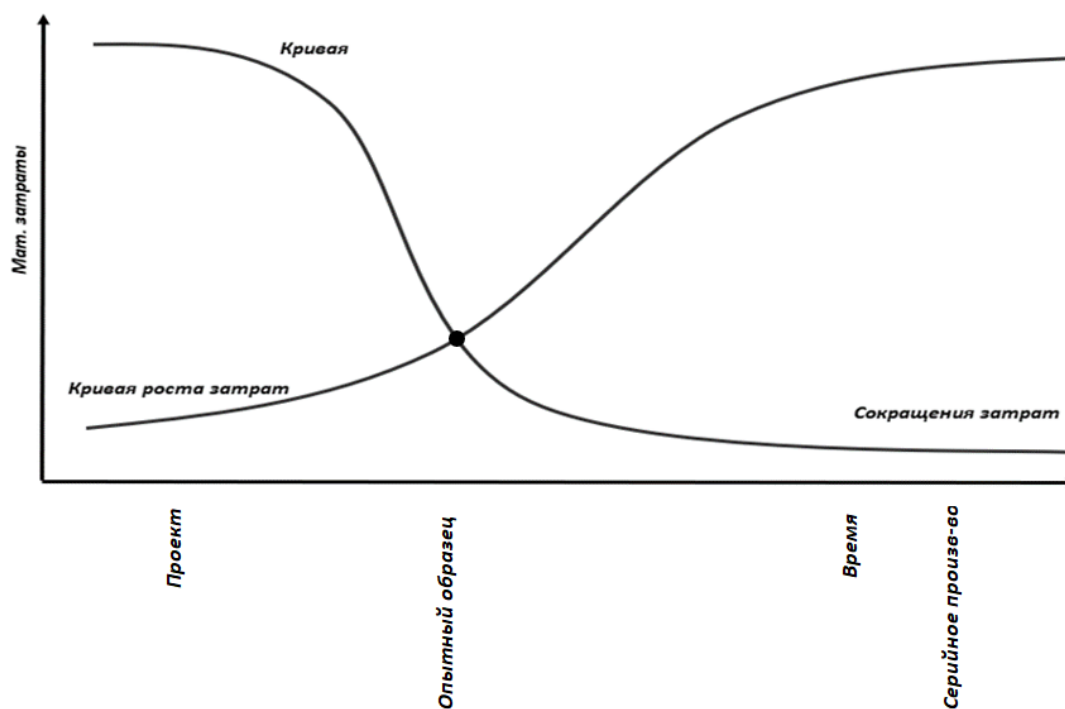
Формирование идей о новом продукте представляет собой процесс разработки инноваций в соответствии со стратегией развития организации. В соответствии с проведенными научными исследованиями в ЕС и США около 70 % нововведений формируется исходя из потребностей рынка, а 30 % - в сфере НИОКР [1].

Исходя из этого, можно сделать следующий вывод, что стратегия инноваций, опирающаяся на анализ потребностей рынка с последующим переходом в научные исследования более эффективна.

Но с другой стороны, инновационная стратегия, базирующаяся на фундаментальных исследованиях, в краткосрочный период позволит организации обеспечить технологический прорыв.

Поэтому важно сохранить баланс между этими двумя инновационными стратегиями [2].

Кроме того, важное значение при разработке инновационной стратегии, имеют экономические показатели. Поэтому при проектировании нового продукта надо устанавливать экономические границы издержек по всем стадиям жизненного цикла товара, это позволит обеспечить его конкурентоспособность. В экономические показатели следует включить: себестоимость, цену, экономические преимущества разрабатываемой продукции с товарами-конкурентами. Разработка инновационной стратегии предполагает проработки нескольких вариантов. Оценивая все разработанные варианты, выбирается наиболее эффективный вариант. На рисунке показана возможность сокращения расходов на этапе создания нового товара.



Пути снижения затрат на изготовление нового продукта

Далее следует произвести интегральную оценку инновационных проектов. Для этого используются показатели характеризующие цель организации и в соответствии с долгосрочной и текущей стратегией, разрабатывается инновационная стратегия, которая учитывает рыночные критерии, научно-технические критерии, экономические критерии, производственные критерии, критерии товародвижения, критерии обслуживания [3].

Заключение

Дифференциальная и интегральная оценка инновационного проекта должна стать важным элементом в принятии решений по дальнейшему развитию конкурентоспособного инновационного продукта.

Библиографические ссылки

1. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М. : ВлаДар, 1993. 310 с.
2. Глазьев С. Ю. Рывок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. М. : Книжный мир, 2018. 768 с.
3. Полоник С. С. Моделирование системы управления макроэкономическим равновесием при асимметричности информации. Минск : Ин-т аграрной экономики НАН Беларуси, 2003. 528 с.
4. Полоник С. С. Стратегия роста. Минск : Беларуская думка, 2005. С. 77–84.
5. Полоник С. С., Смолярова М. А. Национальная экономика Республики Беларусь: оценка, прогноз. Минск : Право и экономика, 2020. 232 с.
6. Полоник С. С., Смолярова М. А. Прогнозирование национальной экономики : Краткий курс лекций. Минск : Право и экономика, 2019. 154 с.