

Показатели продуктовых инноваций: состояние и развитие

*Романенок Т. Н., асп. БГЭУ,
науч. рук. Ермолович Л. Л., д-р эк. наук, проф.*

Инновационная деятельность может осуществляться в организациях по различным направлениям, однако главенствующее место в структуре инновационной деятельности организаций Республики Беларусь занимают продуктовые инновации. Об этом свидетельствуют данные статистики. Так, в 2010 г. 69,3% инновационно активных организаций осуществляли продуктовые инновации, при этом затраты на исследование и разработку новых продуктов и методов их производства достигали в отдельных промышленных организациях 80% от общей величины затрат на инновации. Под **продуктовыми инновациями** понимается внедрение продукции или услуг, являющихся новыми или значительно улучшенными по части их свойств или способов использования.

Несмотря на высокую значимость показателей инновационной продукции как важнейших показателей эффективности инновационной деятельности, до сих пор отсутствуют комплексные исследования по совершенствованию методик бухгалтерского учета инновационной продукции, научному обоснованию и гармонизации соответствующих показателей бухгалтерского учета, бухгалтерской и статистической отчетности.

В настоящее время не решен вопрос о составе показателей, необходимых для оценки эффективности продуктовых инноваций, и их формировании в бухгалтерском и статистическом учете, бухгалтерской и статистической отчетности. Следует отметить, что ни в бухгалтерском учете, ни в бухгалтерской и статистической отчетности показатели инновационных проектов не формируются.

Так, в соответствии с Указаниями по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации», утвержденными постановлением Национального статистического комитета Республики Беларусь от 20.12.2010 г. № 270, предусмотрен лишь такой объемный показатель, как отгруженная инновационная продукция, под которой понимается стоимость той продукции (работы, услуги), которая фактически отгружена, выполнена, оказана в отчетном периоде потребителям (включая продукцию, сданную по акту заказчику на месте) независимо от того, поступили деньги на счет продавца или нет. Аналогичный показатель отражается и в форме государственной статистической отчетности 12-п «Отчет о производстве продукции и выполненных работах, услугах промышленного характера», утвержденной Постановлением Национального статистического комитета Республики Беларусь от 20.12.2010 г. № 267.

Данный показатель не отражает полученный организацией приток экономических выгод от реализации инновационной продукции в виде денежных средств и их эквивалентов. На его основе нельзя оценить ни общую величину полученной от реализации инновационной продукции прибыли, ни ее часть, обеспеченную денежными средствами. Без сопоставления таких отражаемых в формах

статистической отчетности показателей, как объем производства и отгрузка продукции с объемами ее реализации (в фактических отпускных ценах (без налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)), показатели производства и отгрузки инновационной продукции теряют всякую смысловую нагрузку. Инновационная продукция, производимая организацией, может не пользоваться спросом, объемы ее производства будут значительно превышать объемы отгрузки и реализации данного вида продукции, это приведет к росту складских запасов, отвлечению средств из оборота и снижению платежеспособности и финансовой устойчивости организации. Может сложиться также ситуация, при которой организация не осуществляет инновационную деятельность и не производит новые виды изделий, но отгружает находящуюся в запасах (до 3-х лет) произведенную ранее инновационную продукцию. В этом случае при фактическом отсутствии инновационной деятельности в статистической отчетности будет отражаться ее показатель. При чем объем отгрузки инновационной продукции при признании выручки «по оплате» может значительно превышать признанный в отчетном периоде объем ее реализации. Эффективность внедрения продуктовых инноваций невозможно оценить лишь исходя из показателей ее выпуска и отгрузки. Для этих целей необходимо использовать систему показателей о выпуске, отгрузке и реализации инновационной продукции, формируемых в бухгалтерском учете, бухгалтерской и статистической отчетности, их сопоставление с затратами на производство инновационной продукции.

В системе показателей оценки эффективности продуктовых инновации не учитываются такие показатели, как: объем выпуска инновационной продукции в фактических отпускных ценах (без налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей); выручка от реализации инновационной продукции в фактических отпускных ценах (без налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей); фактическая себестоимость произведенной, отгруженной и реализованной инновационной продукции; прибыль от реализации инновационной продукции; рентабельность инновационной продукции.

Бенчмаркинг современной организации

*Полукошко Е. Н., студ. III к. Академии управления
при Президенте Республики Беларусь,
науч. рук. Монтик О. Н., канд. эк. наук, доц.*

Анализ конкурентов остается наиболее важным элементом разработки успешной стратегии предприятия. От правильно выбранного конкурентного положения и средств, используемых на его поддержание, зависит успех предприятия в долгосрочной перспективе.

Бенчмаркинг осуществляется в рамках конкурентного анализа. Он рассматривается как способ оценки стратегий и целей работы предприятия в сравнении