



Рисунок 1 – Внешний вид программы «Novax-Doc» для мобильного телефона и персонального компьютера

Значения итоговых показателей экономической эффективности приведены в таблице 1.

Таблица 1 — Значения показателей экономической эффективности

Показатель	Значение
Экономический эффект, рублей	233 430 886
Экономическая эффективность	8,4
Срок окупаемости, мес.	2

Внедрение новой программы «Novax-Doc» будет решать следующие задачи:

- 1) объединение в один проект внутренних и внешних пользователей;
- 2) организация эффективной совместной работы и координация действий;
- 3) получение своевременной информации о ходе выполнения работ;
- 4) непрерывность доступа к критически важной информации;
- 5) совершенствование проекта;
- 6) экономия средств предприятия;
- 7) мгновенное извещение работников о делах предприятия.

Таким образом, можно прийти к выводу, что внедрение новой программы «Novax-Doc» имеет ряд перспектив в развитии инновационной деятельности предприятия в сфере информатизации, а также колоссальные экономические выгоды и быстрый срок окупаемости и будет решен ряд поставленных задач.

УДК 001.895:631.15

В. Ярошевич

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: О.Л. Сапун, к.п.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Инновационная стратегия – это одно из средств достижения целей предприятия, отличающееся от других средств своей новизной, прежде всего для данной компании и, возможно, для отрасли, рынка, потребителей. Инновационная стратегия подчинена общей стратегии предприятия. Она задает цели инновационной деятельности, выбор средств их достижения и источники привлечения этих средств.

Инновационные стратегии создают особо сложные условия для проектного, фирменного и корпоративного управления. К таким условиям относятся:

- повышение уровня неопределенности результатов. Это заставляет развивать такую специфическую функцию как управление инновационными рисками;

- повышение инвестиционных рисков проектов. В портфеле инновационных проектов преобладают среднесрочные и особенно долгосрочные проекты. Приходится искать более рискованных инвесторов. Перед управляющей системой данной организации появляется качественно новый объект управления - инновационно-инвестиционный проект;

- усиление потока изменений в организации в связи с инновационной реструктуризацией. Потоки стратегических изменений следует сочетать со стабильными текущими производственными процессами. Требуется обеспечить сочетание интересов и согласование решений стратегического, научно-технического, финансового, производственного, и маркетингового менеджмента.

Основные виды инновационных стратегий организации:

Наступательная стратегия – (технологическое лидерство)

Стратегия базируется на разработке и выпуске на рынок принципиально нового продукта. Основной мотив данной стратегии - добиться признания данной технологии как образца для отрасли и продолжать лидерство путем дальнейших незначительных модификаций и иных нововведений, направленных на более полный охват рынка и снижение издержек. Стратегия требует особо значительных финансовых и иных ресурсов и сопровождается высоким риском.

Оборонительная стратегия – «следование за лидером»

Стратегия базируется на максимально быстрой абсорбции нововведений и расширении рыночной базы. Выгода стратегии состоит в том, что фирма может концентрироваться на продуктах, уже ставших известными рынку и получивших (минимальное) признание. Данная стратегия требует соблюдения следующих условий:

- в области научно-исследовательской деятельности:
- постоянное отслеживание направлений НИОКР технологического лидера и создание минимальных заделов в данных областях

- в области опытно-конструкторской деятельности
- особое внимание на скорость проектирования образцов и их практическую доводку до полномасштабного промышленного использования для компенсации потери времени

- в области лицензирования и патентования: активное патентование собственных нововведений, базирующихся на принципиальном нововедении технологического лидера;

- в области маркетинга: активное расширение потребительской базы для данного типа продуктов (услуг), поиск новых типов потребителей, не охваченных продуктами технологического лидера

Стратегия имитации. Стратегия базируется на использовании известных технологий и их необходимом развитии в соответствии с требованиями специфического рынка. Как правило, данная стратегия предусматривает лишь опытно-конструкторские работы для освоения закупаемых извне лицензий и ноу-хау.

Основное внимание уделяется быстрому освоению технологии и запуску производства. Соответственно, особое значение имеет подготовка производства.

Стратегия зависимости. Предельный случай стратегии имитации – стратегия зависимости. В данной ситуации все функции НИОКР остаются вне фирмы, и она сосредотачивает свои усилия лишь в области производства и маркетинга. Как правило, такие стратегии реализуются в форме отдельных совместных производств или подразделений крупных международных компаний, проникающих на новые рынки

Стратегия ниши. Данная стратегия состоит в поиске ниши на рынке, недостаточной, чтобы привлечь крупную инновационную фирму, но достаточную, чтобы обеспечивать существование и развитие небольшой фирмы. Основное требование к данной стратегии – достаточное внимание к опытно-конструкторским разработкам и освоению модифицированной продукции, чтобы удовлетворить требования специфических заказчиков.

В решении задачи существенную роль призваны сыграть теоретические разработки экономистов, закладывающие научно-методологические основы проектирования конкурентоспособных промышленных структур. В основу при этом кладется так называемый биологический подход к классификации конкурентного поведения, предложенный российским ученым Л.Г. Раменским, и используемый специалистами для классификации компаний и соответствующих конкурентных стратегий.