

УДК 658.34

ИННОВАЦИОННОСТЬ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Масловская С.С., старший преподаватель,

Пилипенко Д. М., студент,

Сауль П. А., студентка

*Белорусский государственный аграрный технический университет,
г. Минск, Беларусь*

Аннотация. В условиях глобализации и стремительного развития технологий инновационность становится одним из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий.

Ключевые слова: инновационность, конкурентоспособность, инновации, маркетинг, ребрендинг, производительность.

Постановка проблемы. В условиях глобализации и стремительного развития технологий инновационность становится одним из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность предприятий. Инновации охватывают не только новые продукты и услуги, но и процессы, бизнес-модели, маркетинговые стратегии и организационные структуры [1].

Основные материалы исследования. Инновационность – это способность предприятия к созданию и внедрению новых идей, технологий, продуктов или услуг, которые имеют ценность для потребителей и общества в целом. Инновации могут быть как радикальными, так и инкрементальными. Радикальные инновации предполагают значительные изменения, тогда как инкрементальные – это небольшие улучшения существующих решений.

Конкурентоспособность предприятия определяется как его способность успешно конкурировать на рынке, обеспечивая при этом устойчивый рост и прибыль. Она зависит от множества факторов, включая качество продукции, уровень сервиса, ценовую политику и, что немаловажно, инновационную активность.

Инновационность – это не только создание новых продуктов или услуг, но и внедрение новых процессов, технологий и бизнес-моделей. Она охватывает широкий спектр изменений, от радикальных до инкрементальных. Компании, которые активно занимаются инновациями, способны не только предложить рынку уникальные решения, но и оптимизировать свои внутренние процессы. Это позволяет им снижать затраты, повышать качество продукции и улучшать сервис. В результате такие компании становятся более привлекательными для потребителей, что непосредственно влияет на их конкурентоспособность.

Конкурентоспособность, в свою очередь, определяется способностью предприятия успешно конкурировать на рынке, обеспечивая устойчивый рост и прибыль. Она зависит от множества факторов: качества продукции, ценовой политики, уровня обслуживания клиентов и, конечно же, инновационной активности. Предприятия, которые игнорируют необходимость внедрения новых технологий и методов работы, рискуют потерять свою долю на рынке в пользу более прогрессивных конкурентов [2].

Можно сказать, что взаимосвязь между инновационностью и конкурентоспособностью предприятий является основополагающей в современном бизнесе. Инновации позволяют компаниям не только создавать уникальные предложения для потребителей, но и оптимизировать свои внутренние процессы, повышая общую эффективность. В условиях жесткой конкуренции только те предприятия, которые готовы инвестировать в инновации и

адаптироваться к изменениям, смогут сохранить свои позиции на рынке и обеспечить устойчивое развитие [3].

Рассмотрим инновационность на примере предприятия ОАО «Поставский молочный завод».

ОАО «Поставский молочный завод» - крупнейшее, быстро развивающееся предприятие Поставского района, более 80 лет успешно осуществляющее свою деятельность в сфере переработки и реализации продукции из молока. Также предприятие занимается экспортом молочной продукции и оптовой торговлей.

Для оценки конкурентоспособности ОАО «Поставский молочный завод» можно рассмотреть несколько ключевых аспектов, которые влияют на его положение на рынке молочной продукции.

1. Качество продукции

Для подтверждения качества, безопасности и конкурентоспособности готовой продукции предприятием ОАО «Поставский молочный завод» разработаны и действуют все необходимые системы менеджмента качества и безопасности продукции.

2. Маркетинг (брендинг), ценовая, сбытовая и товарная политики.

Маркетинговая стратегия ОАО «Поставский молочный завод» – это удовлетворение покупательских предпочтений и сохранение существующей доли рынка, борьба за новые сегменты за счет высокого качества продукции и позиционирования положительного имиджа предприятия.

Ребрендинг ОАО «Поставский молочный завод» в 2024 стал важным инструментом для повышения его конкурентоспособности и укрепления позиций на рынке. Редизайн логотипа и упаковки с учетом современных трендов, стал более привлекательными и запоминающимися. Обновление логотипа и визуальной идентичности

привлек внимание потребителей и сделал бренд более запоминающимся. Это, в свою очередь, способствовало повышению интереса к продукции завода.

Для успешной конкуренции на рынке молочной продукции ОАО «Поставский молочный завод» необходимо постоянно анализировать свою позицию, адаптироваться к изменениям и внедрять новые подходы для повышения качества продукции и обслуживания клиентов. Также важно следить за действиями конкурентов и тенденциями на рынке для своевременной реакции на вызовы.

Основным инструментом повышения инвестиционной привлекательности организации является модернизация производства. Это позволит, во-первых, увеличить скорость обновления основных средств; во-вторых, будет способствовать росту производительности труда и повышению эффективности деятельности организации; в-третьих, обеспечит стабилизацию и улучшение финансового состояния ОАО «Поставский молочный завод» [4].

Внедрение инноваций в работу ОАО «Поставский молочный завод» дает положительные результаты, повысив производительность, качество продукции и удовлетворенность клиентов. Примеры успешных изменений показывают, что стратегический подход к внедрению новых технологий и процессов может существенно улучшить конкурентоспособность завода на рынке. Рекомендуется продолжать мониторинг результатов и адаптацию стратегии в соответствии с изменениями в потребительских предпочтениях и рыночной среде.

ОАО «Поставский молочный завод» демонстрирует высокий уровень инновационного потенциала благодаря внедрению новых технологий, разработке уникальных продуктов и стремлению к устойчивому развитию. Тем не менее, для достижения максимальных результатов необходимо преодолевать существующие слабые стороны

и активно использовать доступные возможности. Инновации должны стать неотъемлемой частью стратегического развития предприятия, что позволит ему не только сохранить позиции на рынке, но и занять лидирующие позиции в отрасли.

Список использованных источников

1. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Инновационный менеджмент» для специальности 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям), направление специальности 1-26 02 02-07 Менеджмент (информационный) / Минсельхозпрод РБ, УО «БГАТУ», ФПУ, Кафедра менеджмента и маркетинга; сост.: М.И. Латушко, Е. Ю. Быкова. - Электронные данные (11 485 125 байт). - Минск: БГАТУ, 2017.

2. Агарков А. П. Управление инновационной деятельностью: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», «Инноватика» (квалификация (степень) «бакалавр») / А. П. Агарков, Р. С. Голов. – Москва: Дашков и К, 2015. – 205 с.

3. Инновационные процессы в управлении объектами сельскохозяйственного назначения: учебное пособие для студентов, осваивающих образовательные программы бакалавриата по направлению подготовки «Агроинженерия» / А. Л. Эйдис [и др.]. - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 192 с.

4. ОАО «Поставский молочный завод» [Электронный ресурс]. – URL: <http://moloko.by/ru/> (дата обращения: 05.02.2025)