

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
ПРОЦЕССОВ

**ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В
УСЛОВИЯХ РЫНКА**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
38.04.01 Экономика
Программа «Экономика предпринимательства»
заочной формы обучения
группы 06001580
Мальцевой Валентины Юрьевны

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Мочалова Я.В.

Рецензент
главный бухгалтер
АО «Белгородский хладокомбинат»
Авдеенко Л.П.

БЕЛГОРОД 2018

АННОТАЦИЯ

Тема выпускной квалификационной работы – «Инновации как фактор повышения эффективности функционирования субъектов предпринимательства в условиях рынка». В рамках работы обобщены теоретические аспекты и практические подходы к управлению инновационной деятельностью субъектов предпринимательства, проведен анализ инновационного потенциала АО «Белгородский хладокомбинат», сформирована модель управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат».

Научная новизна исследования заключается в дополнении теоретических и практических положений управления инновационной деятельностью на уровне субъектов предпринимательства и разработке практических рекомендаций по повышению эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли путем совершенствования методов управления инновационной деятельностью.

ANNOTATION

The theme of graduation qualification work – "Innovations as a factor in increasing the efficiency of the functioning of business entities in the market". In the framework of the work theoretical aspects and practical approaches to the management of innovative activity of business entities are summarized, an analysis of the innovative potential of Belgorod Khladokombinat JSC is carried out, a model for management of innovative activity of JSC Belgorod Khladokombinat is formed.

The scientific novelty of the research is to supplement the theoretical and practical provisions for managing innovative activities at the level of business entities and to develop practical recommendations for improving the efficiency of JSC Belgorod Khladokombinat in the food industry by improving the management methods of innovation.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы формирования инновационной политики в системе предпринимательства.....	8
1.1. Экономическая сущность инновации и инновационной деятельности в системе предпринимательства.....	8
1.2. Значение инноваций для усиления конкурентной позиции субъектов предпринимательства в условиях рынка	19
1.3. Методологические подходы к оценке инновационного потенциала субъектов предпринимательской деятельности.....	29
Глава 2. Анализ инновационной деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» ...	39
2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия и анализ его положения на рынке пищевой отрасли.....	39
2.2. Анализ инновационного потенциала предприятия.....	51
2.3. Основные направления и особенности формирования инновационной политики на предприятии.....	59
Глава 3. Совершенствование системы управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат».....	68
3.1. Инновации как фактор повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли.....	68
3.2. Формирование модели управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат».....	76
3.3. Повышение эффективности функционирования предприятия на основе сформированной модели управления инновационной деятельностью.....	86
Заключение.....	93
Список использованных источников.....	97
Приложения.....	107

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Для современной рыночной экономики характерны стремительные изменения в потребительских предпочтениях, в технологии производства, в связи с чем, субъекты предпринимательской деятельности вынуждены функционировать в условиях риска и неопределенности. Каждому хозяйствующему субъекту необходимо приспособливаться к нестабильной и изменчивой внешней среде, вести борьбу с конкурентами, предлагающими потребителям аналогичную продукцию, услуги. В сложившейся подобной ситуации на рынке основными задачами производителя становятся ориентация на потребителя и стремление завоевать наибольшую долю рынка при максимально результативном и экономичном использовании ресурсного потенциала. Повышение эффективности функционирования на рынке своего присутствия обуславливает необходимость поиска предпринимательскими структурами рациональных путей своего развития в долгосрочной перспективе.

На сегодняшний день ключевым фактором, способствующим укреплению позиций предпринимательских структур на рынке в условиях жесткой конкуренции, выступают инновации. Инновационная деятельность является важным направлением, обеспечивающим прирост, как уровня прибыли, так и степени конкурентоспособности субъекта рынка. Предпринимательские структуры, деятельность которых сопряжена с инновациями, являются более гибкими по отношению к внешнему окружению. Они способны эффективно реагировать на изменения внешней среды, подстраиваться под изменения, происходящие в потребительских предпочтениях. Инновации позволяют предпринимательским структурам нарастить конкурентные преимущества, занять более выгодную позицию на рынке, повысить результативность финансово-хозяйственной деятельности. В данной связи субъектам предпринимательства необходимо понимать, что внедрение, развитие и совершенствование инновационной

деятельности выступает важным направлением, позволяющим повысить и удержать их конкурентоспособность на рынке.

Принимая во внимание выше изложенное, вполне очевидно, что выбранная тема квалификационной работы является достаточно актуальной и интересной.

Степень изученности проблемы. Исследованию инноваций и инновационной деятельности в системе предпринимательства посвящены труды В.П. Баранчеева, Г.Я. Гольдштейна, В.Я. Горфинкеля, С.Д. Ильенковой, В.И. Кушлина, В.Г. Медынского, Л.И. Миндели, Т.Г. Попадюк, А.В. Тычинского и др. Из зарубежных авторов необходимо отметить П.Ф. Друкера, Э. Мэнсфилда, Б. Санто, М. Хучек и др. Вопросам оценки и анализа инновационной деятельности посвятили свои работы В.М. Аньшин, Ю.П. Анисимов, С.В. Валдайцев, А.Ф. Наумов, А.Н. Фоломьев и др. Вопросам планирования и анализа инновационной деятельности уделили внимание в своих работах Н.В. Городникова, П.Н. Завлина, Р.А. Фатхутдинов и др.

Управление инновациями рассматривается в последнее время как важная составляющая теории и практики управления и организации производства, привлекает внимание отечественных и зарубежных исследователей. Однако, несмотря на наличие достаточно большого количества научных работ следует отметить недостаточность теоретических и методологических исследований, ориентированных на построение системы управления инновациями на уровне субъектов предпринимательской деятельности.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования являются проведение анализа инновационной деятельности и совершенствование системы управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат».

Достижение поставленной цели предопределило необходимость решения следующих задач:

- 1) обобщить теоретические аспекты и практические подходы к управлению инновационной политикой субъектов предпринимательства;
- 2) представить организационно-экономическую характеристику АО «Белгородский хладокомбинат» и оценить его положение на рынке пищевой отрасли;
- 3) провести анализ инновационного потенциала предприятия;
- 4) выявить основные направления и особенности формирования инновационной политики на предприятии;
- 5) совершенствовать систему управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат».

Объектом диссертационного исследования является инновационная деятельность субъектов предпринимательской деятельности.

Предметом диссертационного исследования является АО «Белгородский хладокомбинат».

Теоретической основой исследования явились труды отечественных и зарубежных авторов в области управления инновациями, анализа и оценки инновационной деятельности, управления инновационным развитием субъектов предпринимательской деятельности.

Информационной базой исследования послужили официальные нормативно-правовые акты Российской Федерации, данные Федеральной службы государственной статистики, научно-аналитические издания и справочники, экспертные заключения, аналитические материалы, а также данные бухгалтерской и финансовой отчетности отдельных субъектов предпринимательства пищевой отрасли, их внутренняя информация.

Методологической основой диссертационного исследования является системный и структурно-функциональный подход к анализу объектно-предметной области исследования. В процессе исследования использовались методы статистического и сравнительного анализа, наблюдения и экспертных

оценок, обобщения, прогнозирования, анализ научных работ и монографий, реферирование, анализ бухгалтерских документов.

Научная новизна исследования заключается в дополнении теоретических и практических положений управления инновационной деятельностью на уровне субъектов предпринимательства и разработке практических рекомендаций по повышению эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли путем совершенствования методов управления инновационной деятельностью.

Теоретическая значимость исследования заключается в уточнении и дополнении научных понятий, систематизации методического инструментария анализа инновационной деятельности, а также развитии теории управления инновационной деятельностью в системе предпринимательства.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов для создания системы управления инновационной деятельностью, а также дают руководству АО «Белгородский хладокомбинат» и другим заинтересованным субъектам предпринимательства необходимую теоретическую и методическую информацию по повышению эффективности их функционирования в условиях рынка путем развития и совершенствования инновационной деятельности.

Основные положения и выводы диссертационного исследования могут быть использованы также учебными заведениями экономико-управленческого профиля в процессе преподавания ряда экономических дисциплин.

Апробация результатов исследования. По теме исследования были опубликованы две научные статьи.

Структура исследования. Структурно квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В СИСТЕМЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1.1. Экономическая сущность инновации и инновационной деятельности в системе предпринимательства

На современном этапе развития экономики для многих субъектов предпринимательской деятельности характерна значительная переориентация стратегических установок в направлении построения целеориентированной стратегии. Обусловлено это в первую очередь ростом конкуренции в области высоких технологий, повышением оперативности применения научно-технических достижений, высокой активностью в части поиска и освоения доли рынка. В результате возникает значительная потребность предпринимательских структур в новых подходах и методах к управлению инновационными процессами, позволяющих нарастить конкурентоспособность, а также повысить результативность финансово-хозяйственной деятельности.

Функционирование субъектов предпринимательства в условиях современной рыночной экономики требует систематического поиска новых идей, возможностей, постоянной ориентации на инновации. Инновационная деятельность является важным направлением развития, нацеленным на наращивание конкурентных преимуществ, поскольку именно внедрение и развитие инноваций в условиях быстроизменяющегося внешнего окружения и ограниченности ресурсного потенциала определяет дальнейшее развитие субъекта предпринимательства на рынке. Кроме того, развитие инновационной деятельности, широкое распространение инновационных технологий, внедрение продуктов и услуг, обладающих усовершенствованными характеристиками, является важным критерием достижения экономического роста и повышения качества жизни населения на современном этапе развития общества [3, с. 374].

Под инновацией следует понимать «инвестицию в новацию». Новация (новшество) – это результат интеллектуальной деятельности, являющийся объектом гражданско-правовых отношений, обладающий признаками: новизны, практической применимости с точки зрения потребительской полезности и безопасности, экономической эффективности (конкурентоспособности) [9, с. 126].

В современных отечественных и зарубежных исследованиях термин «инновация» трактуется по-разному. Для наиболее глубокого его понимания рассмотрим его определения с точек зрения разных авторов (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Основные определения термина «инновация»

Автор (источник)	Определение
Л.С. Бляхман	Инновация – целенаправленное изменение, сознательно вносимое в процессе воспроизводства для лучшего удовлетворения имеющейся или формирования новой общественной потребности [12, с. 288].
П. Друкер	Инновация – особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг [40, с. 314].
В.Г. Медынский	Инновация – общественный, технический, экономический процесс, приводящий к созданию лучших по своим свойствам товаров (продуктов, услуг) и технологий путем практического использования нововведений [59, с. 301].
Б. Твисс	Инновация – процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание [84, с. 393].
А.В. Сурин, О.П. Молчанова	Инновация – конечный результат творческой деятельности, получивший воплощение в виде новой или усовершенствованной продукции либо технологии, практически применяемых и способных удовлетворить определенные потребности [62, с. 226].
Р.А. Фатхутдинов	Инновация – конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта [90, с. 243].
Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ	Инновация – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [2].

Обзор основных определений понятия «инновация» показывает, что в зависимости от объекта и предмета своего исследования различные авторы трактуют данное понятие по-разному. В общем виде необходимо выделить четыре основных направления в исследованиях в зависимости от того, что составляет сущность инновации: результат (А.В. Сурин, О.П. Молчанова, Р.А. Фатхутдинов); процесс (В.Г. Медынский, Б. Твисс); изменение (Л.С. Бляхман); средство (П. Друкер).

Так, обобщив определения отечественных и зарубежных исследователей в области управления инновационной деятельностью, под инновациями будем понимать результат инновационной деятельности, получивший практическую реализацию в виде нового товара, услуги, способа производства (технологии) или иного общественно- полезного результата.

При этом главенствующим признаком инновации в современных рыночных условиях выступает новизна ее потребительских свойств, которая способствует получению от нее коммерческой выгоды. Так, понятие «инновация» распространяется на новый продукт или услугу, способ их производства, новшество в организационной, финансовой, технической, маркетинговой, научно-исследовательской и других сферах, любое усовершенствование, обеспечивающее более качественное удовлетворение потребительских потребностей или экономию затрат, создающее условия для такой экономии [15, с. 149].

Многообразие и разнородность инноваций требуют проведения определенной классификационной работы. Классификацию инноваций можно представить различными схемами, используя различные классификационные признаки. В экономической литературе представлено большое многообразие подходов к классификации инноваций.

На наш взгляд целесообразным представляется выделение следующей методологии классификации инноваций (рис. 1.1).

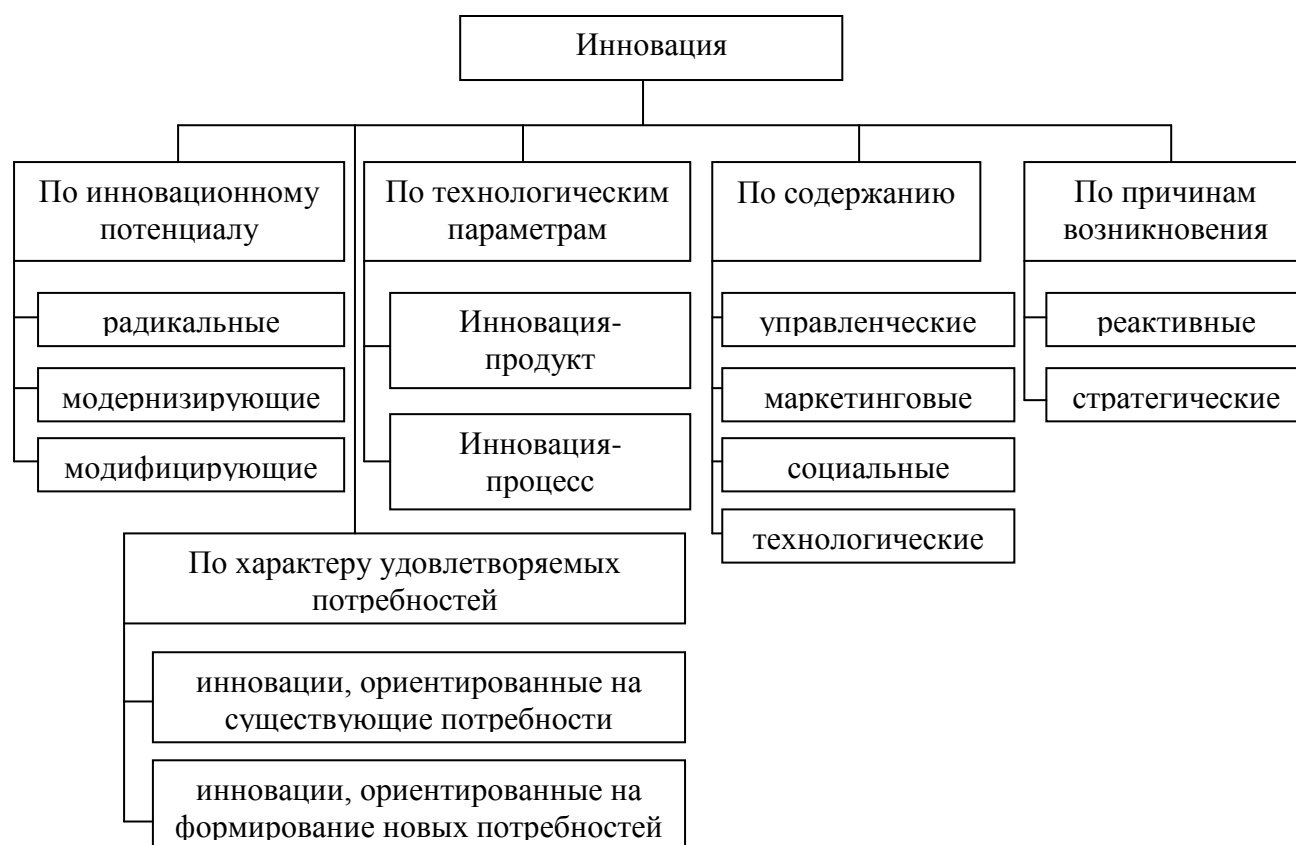


Рис. 1.1. Классификация инноваций

Источник: [16, с. 384]

По инновационному потенциалу инновации подразделяются на радикальные, модернизирующие и модифицирующие. Так, под радикальными инновациями будем понимать выпуск субъектами предпринимательской деятельности новых ранее не производимых продуктов, а также использование в процессе производстве новых технологий. Модернизирующие инновации характеризуются существенными изменениями выпускаемых производителем продуктов или используемых технологий. Модифицирующие инновации предполагают внесение незначительных изменений в отдельные характеристики в уже производимые продукты [19, с. 89].

По технологическим параметрам выделяют инновацию-продукт и инновацию-процесс. Инновация продукт ориентирована на производство новой либо усовершенствованной продукции, при этом продуктовые инновации

являются новыми для хозяйствующего субъекта, но не обязательно оказываются новыми для рынка сбыта. Инновация-процесс характеризуется использованием субъектами предпринимательства технологически новых или усовершенствованных производственных методов.

По содержанию различают следующие виды инноваций: управленческие (новые способы ведения бизнеса, организации рабочих мест и пр.), маркетинговые (новые методы продвижения продукции на рынок, изменение дизайна производимых товаров и пр.), социальные (изменения условий труда, организационной культуры), технологические (внедрение технологически новых или усовершенствование имеющихся продуктов или процессов [27, с. 320].

По причинам возникновения необходимо выделять реактивные инновации, которые являются реакцией на нововведения, осуществляемые основными конкурентами, нацелены на сохранение конкурентоспособности, а также стратегические инновации, внедрение которых нацелено на наращивание конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

По характеру удовлетворяемых потребностей инновации подразделяются на инновации, ориентированные на существующие потребности и инновации, ориентированные на формирование новых потребностей. Первый тип характеризуется умеренной степенью риска, т.к. субъект предпринимательства имеет возможность в полной мере оценить уровень спроса и предложения, имеющихся на текущий момент времени на рынке. Для второго типа, в свою очередь, характерна высокая степень риска, поскольку спрос и предложение на новый продукт можно только прогнозировать [26, с. 451].

Эффективное развитие любого хозяйствующего субъекта становится возможным только благодаря активной инновационной деятельности, которой, в свою очередь, присущ многогранный, многоплановый комплексный характер, воплощающий в себе единство технологических, организационных и социальных нововведений.

Под инновационной деятельностью, по нашему мнению, следует понимать практическое использование научного, научно-технологического результата и интеллектуального потенциала, нацеленное на получения новой или радикально улучшенной производимой продукции, технологии ее производства, а также удовлетворение платежеспособного спроса потребителей в высококачественных товарах и услугах [35, с. 184].

Иными словами, это деятельность, связанная с созданием, освоением, распространением новых или усовершенствованных продуктов, технологий, форм организации производства и управления.

Согласно работам отечественных исследователей инновационная деятельность базируется на следующих основных принципах:

- приоритет инноваций над традиционным производством, то есть осознание необходимости внедрения инновационной деятельности в систему производства;

- экономичность инновационного продукта, в связи с чем, ресурсы, выделяемые на инновации, должны быть оправданны в той степени, в какой они приводят к достижению коммерческого успеха;

- гибкость инновационной деятельности, что предполагает создание под новую идею или изобретение самостоятельной инновационной структуры, которая может быть непригодна для решения иных задач;

- комплексность инновационной деятельности, которая проявляется в том, что кардинальная инновация характеризуется появлением множества сопутствующей ей более мелких нововведений.

Однако на наш взгляд, что представленная классификация принципов инновационной деятельности является неполной и недостаточной для формирования эффективной и доступной для предпринимательских структур методики оценки и анализа инновационной деятельности.

Анализ современных инновационных процессов и их динамики показывает необходимость дополнения предлагаемых авторами принципов.

Так, по нашему мнению, при планировании инновационной деятельности необходимо учитывать принципы системности и нелинейности инновационных процессов.

Принцип системности можно охарактеризовать как принцип системного взаимодействия элементов инновационной деятельности. Данный принцип предполагает рассмотрение инновационной деятельности как целостности, а каждый элемент этой целостности во всем многообразии и единстве связей и зависимостей, взаимодействий с другими.

Принцип нелинейности говорит о многовариантности и альтернативности путей развития инновационной деятельности, возможности выбора из альтернатив, а также свидетельствует о возможности возникновения неожиданных изменений, направлений течения данных процессов.

Рассмотрим основные стадии инновационной деятельности субъектов предпринимательской деятельности (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Стадии инновационной деятельности субъекта предпринимательства

Источник: [53, с. 216]

На рис. 1.2 показано, что инновационная деятельность нацелена на поиск и внедрение инноваций в целях расширения или изменения товарного ассортимента, на совершенствование технологии производства, повышение качества производимой продукции.

Инновацию необходимо рассматривать неразрывно с инновационным процессом. Под инновационным процессом следует понимать процесс последовательного превращения идеи в товар.

Инновационный процесс можно представить как последовательность следующих основных стадий: фундаментальные исследования, прикладные исследования, опытно-конструкторские работы, освоение новшества, промышленное производство, маркетинг и сбыт, диффузия [61, с. 112]. Для каждого из этапов характерны свои цели и задачи.

Главной целью фундаментальных исследований является получение новых знаний [80, с. 196]. Прикладные исследования, в свою очередь, нацелены на выявление способов практического применения открытого путем осуществления фундаментальных исследований того или иного явления или процесса. Опытные-конструкторские работы нацелены на создание новых образцов, прошедших испытания и пригодных для производственного и коммерческого использования. [68, с. 363]. Освоение новшества предполагает осуществление технической подготовки процесса производства, т.е. освоение выпуска продукта, полученного в результате опытно-конструкторских работ [94, с. 418]. Для промышленного производства характерен запуск в серию продукта с последующим его выводом на рынок. Диффузия нацелена на распространение освоенной инновации на предполагаемых рынках сбыта данной продукции [101, с.176].

Рассмотрев экономическую сущность инновации, инновационной деятельности и инновационного процесса сформулируем основную цель инновационной политики субъектов предпринимательства на современном этапе развития рыночной экономики.

Так, по нашему мнению, основная цель инновационной политики заключается в повышении конкурентоспособности субъекта предпринимательства, производимой им продукции и улучшения его экономических показателей на основе внедрения и реализации инновационной деятельности.

Составной частью инновационной деятельности является инновационное планирование, которое на практике предполагает формирование плана осуществления инновационной деятельности. Необходимо отметить, что инновационное планирование неразрывно связано со стратегическим планированием, поскольку нацелено на получение положительного экономического эффекта в перспективе [85, с. 278]. Рассмотрим структуру системы планирования инновационной деятельности предпринимательскими структурами на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Структура системы планирования инновационной деятельности предпринимательскими структурами

Составлено по материалам: [81, с. 328]

На предложенной выше структуре системы планирования инновационной деятельности рассмотрены составляющие инновационного планирования, в зависимости от их целевого назначения, которые, в свою очередь, выступают ключевыми факторами эффективного развития инновационной деятельности и являются неотъемлемыми ее составляющими.

Инновационное планирование выступает важным звеном инновационной деятельности, способствующим ее структурированию, рациональному распределению ресурсов, формированию промежуточных и конечных ее параметров. Кроме того, появляется возможность отслеживания вероятных отклонений фактических параметров от плана, а также вносить изменения в инновационный процесс в соответствии с поставленными целями, что, в свою очередь, дает возможность путем своевременного принятия управленческих решений снизить издержки, сократить потери, а также получить желаемые конечные результаты. Рассмотрим схему воздействия планирования на инновационную деятельность предпринимательских структур (рис. 1.4).

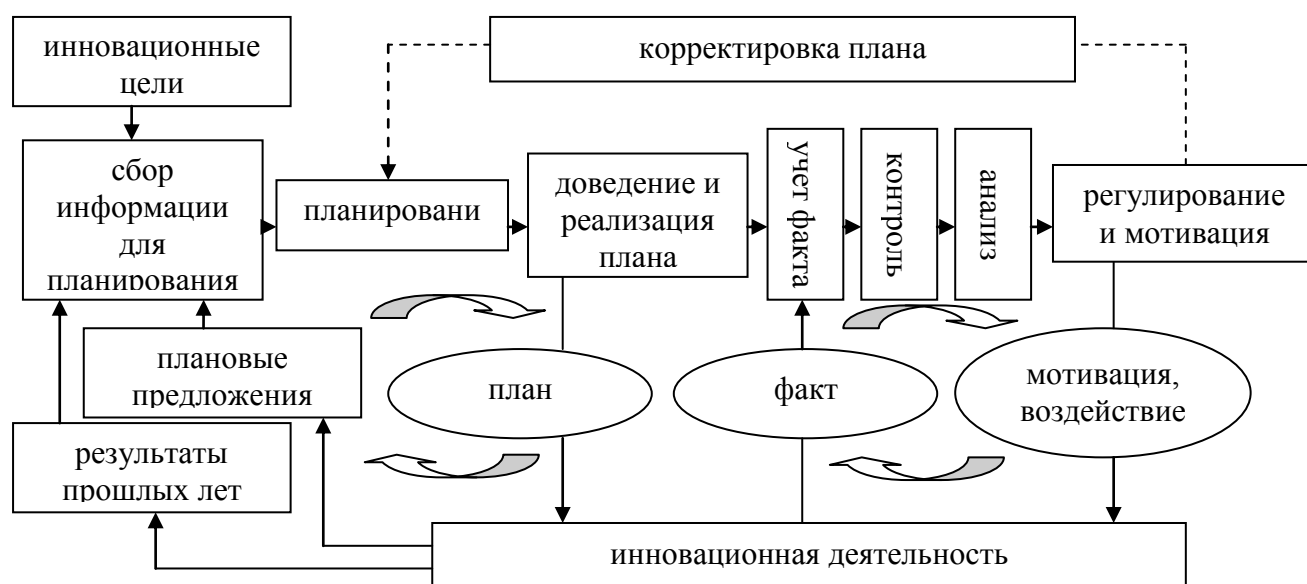


Рис. 1.4. Схема воздействия планирования на инновационную деятельность

Составлено по материалам: [70, с. 104]

На рисунке показано, что инновационное планирование состоит из двух составляющих, отраженных крупными стрелками – цикл планирования и цикл реализации, которые обеспечивают: сбор и анализ информации; планирование инноваций; реализация запланированных действий путем доведение плана до объекта планирования; учет результатов реализации плана инновационной деятельности; контроль посредством сравнения факта с планом и выявление отклонений; анализ путем выявления причин отклонений от запланированных показателей; регулирование процесса исполнения плана и внесение корректировок при необходимости. Инновационное планирование реализуется на основе систематического анализа функционирования на рынке, состояния внешнего окружения, сборе и анализе большого объема информации.

Таким образом, на современном этапе развития рыночных отношений важной задачей управленческого процесса субъектов предпринимательства является планирование инновационной политики. Неопределенность рыночной среды обязывает субъектов предпринимательской деятельности не только реагировать на происходящие во внешнем окружении изменения, но и предвидеть данные изменения, с целью своевременного принятия необходимых мер по преодолению вероятных негативных последствий. В данной связи неотъемлемой частью процесса управления становятся формирование и развитие инновационной деятельности, поскольку инновации позволяют хозяйствующим субъектам повысить конкурентоспособность, занять выгодную позицию на рынке, повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности. В современных условиях инновационной деятельностью вынуждены заниматься все предпринимательские структуры. Каждому субъекту предпринимательства необходимо развиваться, совершенствовать производимую продукцию, технологические процессы. В противном случае он не сможет обладать конкурентным преимуществом, что впоследствии приведет к потере потребителей, рынков сбыта, снижению финансовых показателей, прибыли.

1.2. Значение инноваций для усиления конкурентной позиции субъектов предпринимательства в условиях рынка

В современных условиях рыночная экономика выступает сложной системой, которая состоит из большого числа финансовых, коммерческих, производственных, информационных структур, взаимодействующих на фоне правовых норм бизнеса. На современном этапе для рынка характерно наличие жесткой конкуренции, вынуждающей субъекты предпринимательства акцентировать внимание не только на внутреннем положении дел, но и разрабатывать стратегию долгосрочного выживания, которая позволяла бы им приспосабливаться к изменениям, происходящим в нестабильной и неустойчивой внешней среде. В данной связи необходимым направлением деятельности любого субъекта предпринимательства становится осуществление такого управления предприятием, которое способствовало бы наращиванию его конкурентных преимуществ.

Развитие предпринимательских структур в условиях рынка должно быть ориентировано на выживаемость и наращивание конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе, что, в свою очередь, выступает результатом инновационной активности предпринимательских структур, под которой следует понимать интенсивность осуществления хозяйствующими субъектами деятельности по внедрению новых технологий или усовершенствованной продукции в хозяйственный оборот [73, с. 68].

Хозяйствующие субъекты, успешно внедряющие и реализующие инновационную деятельность путем обновления своей продукции, внедрения производственных, технологических, организационных и иных новшеств в результате получают конкурентные преимущества на рынке.

Динамичная конкуренция обуславливает необходимость внедрения в повседневную деятельность предпринимательских структур нововведений, направленных, в первую очередь, на завоевание большей доли рынка, освоение

новых рынков, выявление скрытых ниш спроса в условиях высокой степени неопределенности конъюнктуры [72, с. 98].

Насыщенность рынка, а также высокий уровень предложения направляют основные способы конкурентной борьбы в сторону динамичной конкуренции на основе инноваций, позволяющих снизить издержки, а также создающих возможность экономии ресурсов. Кроме того, инновации способствуют созданию новых рынков в случае, когда в процессе их реализации предполагается удовлетворение новых, ранее не осязаемых потребностей, для осуществления которых созревают экономические и социальные предпосылки.

Инновации как фактор формирования ценовых и неценовых преимуществ субъектов предпринимательства являются важным фактором достижения успеха производственной деятельности. Накопление экономического потенциала, а также интенсификация процессов производства за счет реализации инновационной деятельности основывается на приобретении разноплановых конкурентных преимуществ в производственной сфере, а также оперировании на рынках сбыта [75, с. 126]. Инновации способствуют формированию положительного имиджа производителя, расширяют возможности воздействия на особенности функционирования рынка, его структуру и конъюнктуру.

Высокий уровень конкурентоспособности субъекта рынка характеризуется долей покупателей, повторно приобретающих продукцию данного производителя. Однако получение признания среди потребителей является сложной задачей, требующей от производителя значительных усилий, связанных с производством и продвижением на рынок высококачественной продукции. Занятие желаемой конкурентной позиции на рынке выступает необходимым условием получения субъектом предпринимательской деятельности стабильного уровня прибыли. При этом производитель способен закрепить за собой такой конкурентный уровень, который бы способствовал выживаемости в нестабильных рыночных условиях в долгосрочной

перспективе. Так, действенным способом, способствующим эффективному управлению конкурентоспособностью субъекта рынка, является инновационная политика.

Повышение конкурентоспособности субъекта предпринимательства в рамках инновационной политики реализуется, в первую очередь, путем внедрения в хозяйственную деятельность нового или усовершенствованного товара, услуги, способа производства, новой или усовершенствованной технологии или иного общественно- полезного результата. Благодаря данным направлениям деятельности, производитель сможет нарастить объемы сбыта продукции, увеличить размер получаемой прибыли, повысить узнаваемость бренда на рынке, а также занять достойное положение среди основных конкурентов.

Внедрение в предпринимательскую деятельность инноваций определяет состояние внешней и внутренней среды его хозяйствования, что определяет необходимость постоянного мониторинга внешнего окружения, а также адекватной оценки ресурсного потенциала. Так, на основе анализа рынка, особенностей и тенденций его развития субъект предпринимательства накапливает важную информацию, необходимую для принятия решений по вопросам, связанным с осуществлением инновационной деятельности. При этом задача производителя заключается в грамотном сочетании ресурсного потенциала, которым он располагает, с имеющимися возможностями как внутренними, так и внешними.

На основании выше изложенного, необходимо отметить, что важная роль инновационной деятельности для предпринимательских структур в условиях рынка заключается в целенаправленном воздействии на технологию и процесс производства и реализации с целью выпуска востребованных, качественных и конкурентоспособных товаров в том объеме с наименьшими ресурсными затратами. Иными словами инновации рассматриваются как необходимый

фактор достижения предпринимательскими структурами стратегических конкурентных преимуществ.

Большое количество прогрессивных нововведений находит реальное воплощение в создании конкурентоспособных продуктов, что выступает одним из главных результатов инновационной деятельности субъекта предпринимательства [79, с. 18]. Конкуренция побуждает предпринимателя постоянно осуществлять поиск новых видов продуктов, улучшать качество производимых продуктов, оптимизировать товарный ассортимент, искать пути снижения издержек производства, оперативно реагировать на изменение потребительских потребностей. Однако в своем большинстве инновации оказываются довольно несложными и небольшими, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений, чем на едином, крупном технологическом прорыве.

Конкуренция является основой рыночных отношений, формой проявления закона естественно-экономического отбора. Разрешение противоположных интересов производителей в условиях конкурентной борьбе является движущей силой развития рыночного хозяйства. На современном этапе развития рыночной экономики и конкуренции угроза потери прибыли побуждает совершенствовать методы производства, повышать качество производимой продукции. Благодаря инновациям производителям удается поддерживать успешную позицию на рынке в качестве сильного конкурента, путем применения современных технологий организации производства, повышения качества продукции, что также обеспечивает успех и эффективность функционирования субъектов предпринимательства на рынке.

Конкуренция в современных рыночных условиях стимулирует внедрение и развитие предпринимательскими структурами инновационной деятельности инноваций, поскольку:

- выступает главенствующим фактором восприимчивости субъектов предпринимательства к техническим новинкам;

- способствует внедрению предпринимателями высококачественной продукции качества по рыночным ценам в целях удержания потребителей;
- стимулирует внедрение в повседневную хозяйственную деятельность наиболее эффективных способов производства;
- вынуждает субъекты предпринимательства на постоянной основе осуществлять поиск новой продукции, которая позволит в наибольшей мере удовлетворить потребности рынка.

Признаками динамичной конкуренции служат цепная реакция распространения удачных нововведений и высокая эластичность спроса по параметрам цены и качества. Издержки, связанные с созданием нововведений, все чаще рассматриваются предпринимателями как неизбежные вложения ради сохранения на экономической сцене, обеспечения нормального присвоения добавленной стоимости, что, конечно, не отменяет стремления к сверхприбыльности. Осознание этой объективной реальности приводит к более четкой структуризации процесса нововведений, применению дифференцированных критериев оценки эффективности вложений в нововведения в зависимости от их характера, принадлежности к тем или иным составляющим производительных сил и сфер труда [78, с. 297].

Решение задачи повышения конкурентоспособности в условиях рынка требует новаторского предпринимательского подхода, содержанием которого выступают поиск и реализация инноваций. На самом деле, конкуренция лишь создает условие необходимости поиска производителями конкурентных преимуществ. Конкуренция обуславливает необходимость совершенствования всего хозяйственного процесса от производства до реализации. При этом конкурентные преимущества достигаются путем реализации тех или иных инноваций, поскольку именно они выступают реальным двигателем прогресса.

В данной связи предпринимательским структурам необходимо проявлять высокую активность на рынке своего присутствия, что требует высокого уровня гибкости и способности к быстрой переориентации производства. Результат

будет выражаться в укреплении своих позиций на рынке по отношению к конкурентам, предлагающим рынку аналогичные по потребительским качествам товары [63, с. 413]. В целом поиск и реализация инноваций довольно трудоемкий процесс, требующий четкого понимания целей производства, детального изучения внешнего окружения, оценки ресурсного потенциала. Эффективное внедрение инноваций дает хозяйствующим субъектам большее количество перспектив на рынке, что главным образом выражается в основной цели производственного процесса – получении соответствующего уровня прибыли, поскольку именно прибыльность предопределяет необходимость поиска путей инновационного развития. Но многое зависит от того, как долго этот продукт создается и осваивается.

Для инновационной деятельности характерна определенная степень риска, которая различна при реализации различных инноваций. Так, инновации, целью которых выступают частичная модернизация оборудования и совершенствование применяемой технологии производства, характеристик производимой продукции, характеризуются незначительной степенью риском и выступают важными условиями повышения эффективности функционирования субъектов предпринимательства в условиях рынка. Напротив, радикальные изменения используемых технологий производства, выведение на рынок инновационной продукции, нацеленной на формирование нового потребительского спроса характерен высокий уровень риска, что свидетельствует о необходимости управления рисками на всех стадиях инновационного процесса [23, с. 491].

При планировании инновационной деятельности необходимо исходить из оценки полезности, которую может принести реализация инновационной деятельности, и вероятной степени риска, сопровождающего реализацию данной инновации. При этом понятие полезность инновации позволяет количественно описать соотношение требуемых затрат и усилий на реализацию инновационного процесса с одной стороны, а с другой стороны позволяет количественно оценить его результативность [10, с. 479].

Внедрение и реализация инновационной политики способствует достижению хозяйствующими субъектами определенных эффектов. Следует различать четыре основные группы возможных эффектов инновационной политики (рис. 1.5).

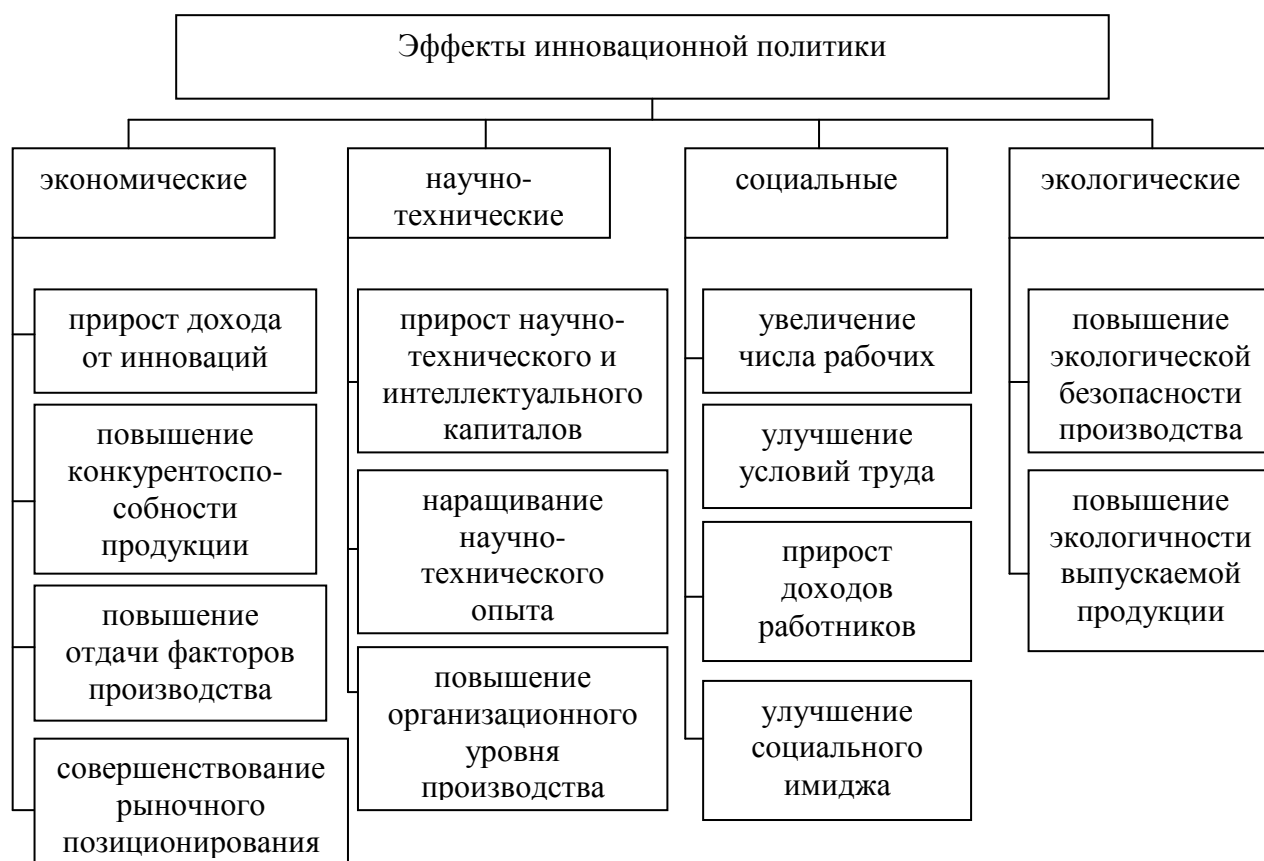


Рис. 1.5. Классификация эффектов инновационной деятельности

Источник: [95, с. 339]

Согласно представленной схеме экономический эффект инновационной деятельности выражается в повышении экономической эффективности функционирования хозяйствующего субъекта, рациональном использовании ресурсного потенциала, приросте прибыли. Научно-экономический эффект характеризуется получением новых знаний, накоплением научно-технического потенциала, исследовательского опыта. Социальный эффект проявляется в росте благосостояния работников, улучшении условий труда. Экологический

эффект инновационной деятельности заключается в улучшении экологических характеристик производственной деятельности хозяйствующих субъектов.

Инновационная деятельность в большей степени, чем иные виды деятельности предпринимательских структур, сопряжена с риском, поскольку полная гарантия достижения желаемого результата практически отсутствует. Для крупных предпринимательских структур риск неудачи значительно ниже, поскольку он перекрывается масштабами повседневной хозяйственной деятельности. Напротив, малые хозяйствующие субъекты более подвержены риску. Это обусловлено высокой степенью зависимости малых субъектов хозяйствования от изменений внешней среды.

Риск инновационной деятельности тем выше, чем более локализована инновационная деятельность. В случае если инноваций несколько, и они рассредоточены в отраслевом плане, риск минимизируется, а вероятность достижения успеха значительно возрастает. При этом уровень прибыли от реализации успешных инновационных процессов весьма велика и покрывает затраты по всем остальным неудавшимся разработкам [5, с. 44]. Данный фактор весьма важен и требует особого внимания предпринимательских структур.

В общем виде риск инновационной деятельности следует обозначить как вероятность потерь, возникающих в результате вложения средств хозяйствующими субъектами в производство и реализацию новой или усовершенствованной продукции, в разработку новой техники и технологии, которые, возможно, не смогут найти ожидаемого спроса на рынке, а также принести ожидаемого эффекта.

Внедрение новых продуктов является надежным методом наращивания преимуществ перед конкурентами, установления выгодной ценовой политики, изменения доли рынка в свою пользу. Отставание технологического развития способствует снижению эффективности освоения новой продукции, так как производство просто технологически не может реализовать все преимущества новых конструкторских решений.

Выбор направления инновационной деятельности должен быть обоснован и связан с количественной оценкой предполагаемого объема выпуска продукции, с периодом наращивания объемов производства и освоения новых мощностей, а также с качественной оценкой продукции на предмет ее соответствия требованиям рынка. Кроме того требуется проведение анализа воздействия альтернативных вариантов инновации на объемы требуемых капиталовложений, а также на производственные издержки.

Каждый субъект предпринимательской деятельности стремится к выпуску своего уникального продукта, который не имел бы аналогов у конкурентов. При этом он должен быть дешевле по ценовой категории и, главное, пользоваться спросом у потребителя. Все хозяйствующие субъекты независимо от того, малый бизнес они представляют или крупные структуры, функционируют в равном счете по одной схеме. Отличие заключается лишь в том, какой объем капиталовложений они направляют на инновации [6, с. 541].

Производителям необходимо четко различать окончательную эффективность инновационного проекта и объем затрат до того момента, когда проект начнет давать отдачу. Сосредоточенность на окончательной эффективности инновационной деятельности может отвлечь внимание от истощения финансовых ресурсов производства. Крайне важны не только размер отвлеченных средств, но и время их инвестирования [17, с. 131]. В данной связи финансовые ресурсы должны оцениваться с максимально возможной точностью.

Проблема определения вероятного экономического эффекта, а также вопрос выбора более предпочтительных вариантов реализации инноваций требует, с одной стороны, превышения конечных результатов от инновационной деятельности над предполагаемыми затратами на разработку, производство и реализацию, а с другой стороны – сопоставления полученных результатов с результатами от внедрения иных аналогичных вариантов инноваций.

В реальной экономике практически каждый хозяйствующий субъект функционирует в условиях несовершенной конкуренции. Тем не менее, каждый конкретный тип конкуренции обуславливает структурные характеристики рынка, на котором реализуется инновационная деятельность под воздействием экономических законов, каждый из которых имеет специфическое проявление конкуренции на данном сегменте рынка. В свою очередь, структурные характеристики рынка посредством воздействия объективных экономических законов определяют ответную реакцию экономической системы, что находит отражение в инновационной стратегии субъектов предпринимательства [24, с. 213]. Одновременно для анализа степени и характера оказания влияния конкуренции на инновационную активность предпринимательских структур важна также и степень интенсивности конкурентной борьбы с учетом достаточности финансового обеспечения.

Таким образом, можно утверждать, что в условиях рынка инновации выступают важным фактором, способствующим усилению конкурентной позиции субъектов предпринимательской деятельности, поскольку их внедрение в повседневную хозяйственную деятельность способствует повышению эффективности функционирования предпринимательских структур путем наилучшего удовлетворения потребностей рынка, совершенствования методов производства, внедрения новых технологий. При этом эффективность инновационной деятельности может выражаться как в экономическом, производственном, так и в социальном, экологическом и ином эффектах, ожидаемых от внедрения инноваций. В целом, реализацией инновационной деятельности в значительной степени определяется выживаемость субъектов предпринимательства в условиях рынка, поскольку инновации являются важным фактором, позволяющим нарастить конкурентные преимущества, занять выгодную позицию на рынке сбыта продукции, а, следовательно, повысить результативность финансово-хозяйственной деятельности.

1.3. Методологические подходы к оценке инновационного потенциала субъектов предпринимательской деятельности

На современном этапе развития рыночных отношений для достижения субъектом предпринимательства устойчивого положения на рынке, повышения уровня своей конкурентоспособности, а также получения стабильной прибыли, важным направлением развития его деятельности является инновационная составляющая, а именно, деятельность по разработке, реализации и внедрению инноваций, необходимой составляющей которой выступает инновационный потенциал. При этом производителям необходимо осознавать, инновационная деятельность будет иметь только в том случае, если хозяйствующий субъект располагает достаточным уровнем инновационного потенциала, и может объективно оценивать его состояние.

Под инновационным потенциалом следует понимать совокупность различных видов ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности: финансовых, производственных, кадровых, технических, каждый из которых характеризует возможности субъекта предпринимательской деятельности и обеспечивает достижение поставленных целей. Взаимодействие указанных ресурсов создает возможность своевременного определения инновационной стратегии развития субъекта хозяйствования, разработки, производства и внедрения инноваций, что, в свою очередь, позволяет повысить конкурентоспособность производимой продукции, и, как следствие, и повысить конкурентоспособность в целом [41, с. 164].

Наиболее полно отражает экономическую сущность инновационного потенциала следующее определение. Инновационный потенциал – это возможность, готовность и способность субъекта предпринимательства при имеющемся ресурсном обеспечении создавать и использовать инновации с целью получения различных видов эффекта (рис. 1.6).

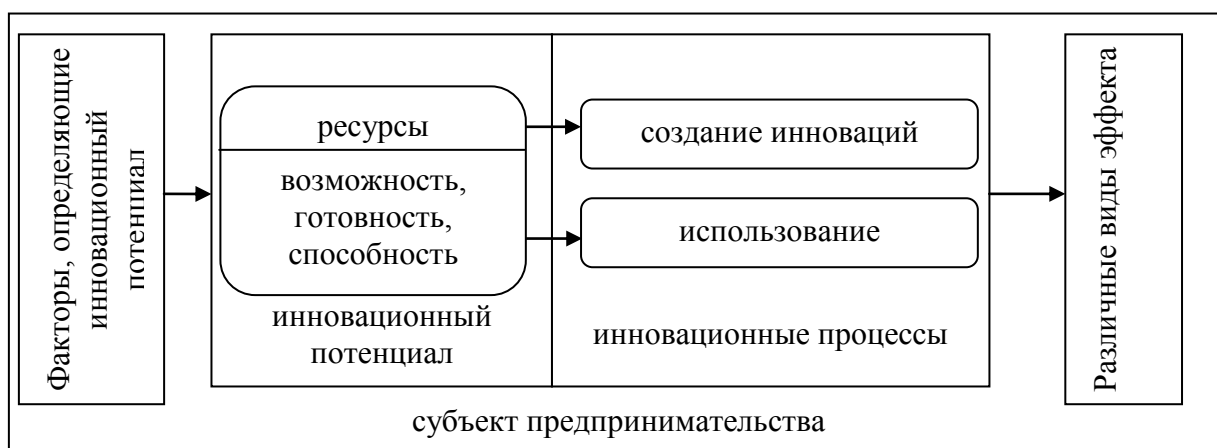


Рис. 1.6. Сущность инновационного потенциала

Составлено по материалам: [48, с. 87]

В структуре инновационного потенциала следует выделять два уровня:

- 1-ый уровень, т.е. наличие у субъекта предпринимательства ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности;
- 2-й уровень, характеризующий факторы инновационной активности предприятия, а именно – возможность, готовность, способность [71, с. 494].

В данной связи, выделим в структуре инновационного потенциала компоненты, характеризующие готовность субъекта предпринимательства к инновациям (табл. 1.2).

Таблица 1.2

Компоненты инновационного потенциала субъекта предпринимательства

Компоненты	Содержание
кадровый потенциал	состав работающих, уровень квалификации работников, системы подготовки и переподготовки кадров
финансово-экономический потенциал	финансовая устойчивость, ликвидность, прибыльность, рентабельность, прибыльность инноваций, источники финансирования
производственно-технологический потенциал	состояние производственных фондов, наличие современных технологий производства, прогрессивное оборудование
организационно-управленческий потенциал	эффективность построения организационной структуры, наличие налаженных связей между подразделениями, эффективность инновационного менеджмента
факторы инновационной активности	готовность и способность персонала эффективно осуществлять инновационную деятельность

Источник: [88, с. 286]

Рассмотрим экономическую сущность и содержание инновационного потенциала субъекта предпринимательства схематично (рис. 1.7).

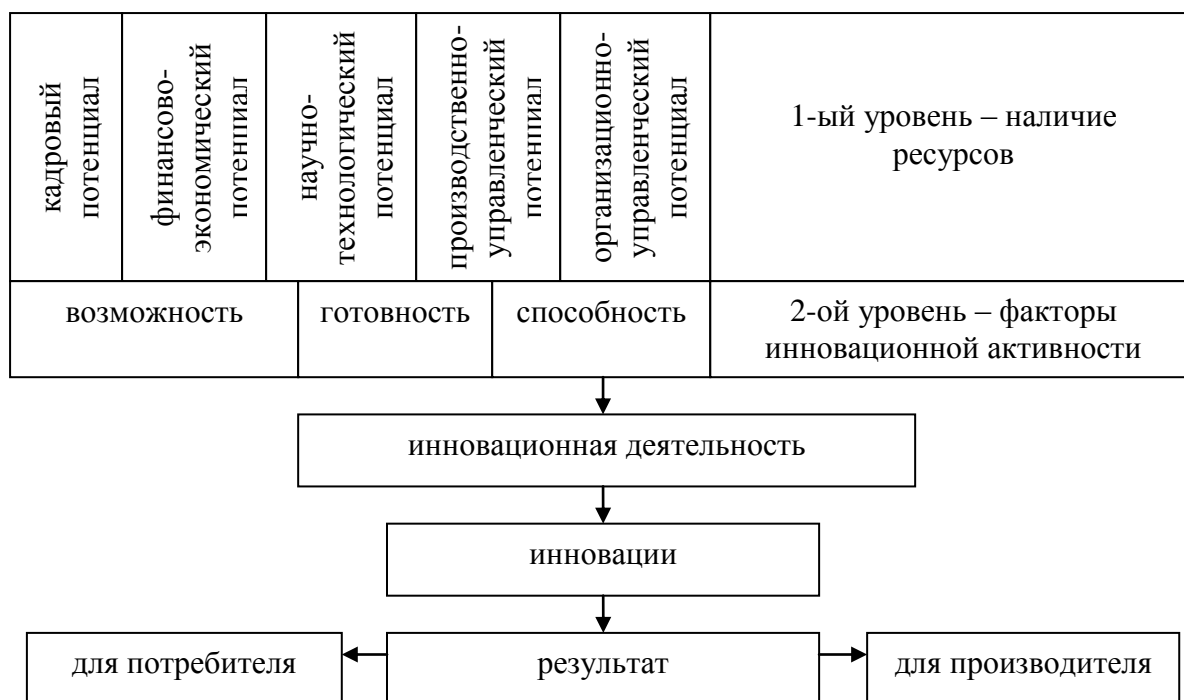


Рис. 1.7. Экономическая сущность и содержание инновационного потенциала

Составлено по материалам: [67, с. 116]

Наличие тех или иных составляющих инновационного потенциала, их качественный и количественный состав определяют состояние его состояние и эффективность инновационной деятельности. Напротив, недостаток или отсутствие тех или иных составляющих свидетельствуют о необходимости их предварительного наращивания и развития.

Уровень инновационного потенциала находится в постоянной динамике, причем изменения могут происходить как в положительную сторону путем его роста, так и в сторону его снижения. Динамика уровня инновационного потенциала обусловлена воздействием на него различного рода факторов, присущих как внешней, так и внутренней среде хозяйствующего субъекта.

В данной связи необходимым этапом эффективного управления инновационной деятельностью хозяйствующих субъектов выступает оценка

инновационного потенциала. Причем, определение уровня инновационного потенциала должно осуществляться как на текущий момент, так и в динамике, в целях дальнейшего его развития.

Инновационный потенциал любого хозяйствующего субъекта следует рассматривать, как основополагающий фактор готовности к выполнению поставленных задач, необходимых для достижения производителем поставленной инновационной цели, иными словами, инновационный потенциал представляется как степень готовности к реализации инновационного процесса и внедрению инноваций.

В условиях высокого уровня конкурентной борьбы предпринимателям необходимо умение оценивать имеющиеся резервы и возможности, которые в будущем могут привести субъект предпринимательства к стабильному и устойчивому положению на рынке. Это обуславливает необходимость рассмотрения подходов к оценке инновационного потенциала хозяйствующего субъекта.

Объективная оценка инновационного потенциала, которым располагает субъект предпринимательской деятельности, является необходимым этапом эффективного управления инновационными процессами. Причем, определение уровня инновационного потенциала должно осуществляться как на заданный момент, так и в динамике, в целях дальнейшего его развития [60, с. 520].

Целью оценки инновационного потенциала является возможность выбора и реализации той инновационной стратегии субъекта предпринимательства, которая позволит закрепить его позиции на рынке. Кроме того оценка уровня инновационного потенциала позволяет адекватно оценить возможность и готовность субъекта предпринимательства к инновационной деятельности, проанализировать и спрогнозировать тенденции его развития, выявить сильные и слабые стороны.

На сегодняшний день инновационный потенциал любого субъекта предпринимательской деятельности может оцениваться с двух позиций:

- оценка готовности субъекта предпринимательства к разработке и внедрению инноваций;

- оценка текущего состояния субъекта предпринимательской деятельности относительно реализуемых в данный момент времени инновационных процессов [74, с. 32].

В соответствии с целью оценки инновационного потенциала, на практике могут быть использованы два возможных подхода – детальный или диагностический. Рассмотрим подробно каждый из указанных методических подходов к оценке инновационного потенциала субъекта предпринимательской деятельности.

Детальный подход к оценке инновационного потенциала применяется, как правило, на стадии обоснования инновационного проекта с целью определения готовности и способности субъекта предпринимательской деятельности к реализации инновации.

Процесс оценки инновационного потенциала при детальном подходе следующий:

- формирование качественных и количественных требований к уровню инновационного потенциала субъекта предпринимательства по всем его элементам;

- определение фактического состояния всех компонентов инновационного потенциала;

- выявление отклонений фактических значений параметров потенциала от нормативных;

- определение сильных и слабых сторон потенциала, которым располагает субъект предпринимательства;

- формирование перечня мероприятий, нацеленных на корректировку выявленных отклонений.

Представим схематично процесс оценки инновационного потенциала при детальном подходе (рис. 1.8).



Рис.1.8. Схема оценки инновационного потенциала при детальном подходе

Источник: [87, с. 278]

Оценка инновационного потенциала с применением детального подхода позволяет хозяйствующим субъектам оценить состояние собственного ресурсного потенциала для реализации инноваций.

Однако, для данного подхода характерны некоторые недостатки:

- ограниченность возможности принятия иных инновационных проектов, поскольку нормативные значения устанавливаются для каждого конкретного нововведения;

- отсутствие полной ясности процедуры установления нормативных параметров оценки;

- результатом данного подхода выступает частная оценка готовности субъекта предпринимательства к реализации конкретной инновации,

следовательно, интегральная оценка инновационного потенциала не представляется возможной.

Рассмотрим варианты применения диагностического подхода к оценке инновационного потенциала субъекта предпринимательской деятельности.

Диагностический подход применим, как правило, при следующих условиях: ограниченность в сроках проведения оценки, отсутствие высококвалифицированных специалистов, способных проводить анализ, отсутствие или недоступность информации о субъекте предпринимательства (что позволяет использовать данный подход для оценки инновационного потенциала конкурентов) [96, с. 303].

В свою очередь, применение диагностического подхода на практике требует определенных управленческих навыков и наличия определенной информационной базы. Диагностический подход заключается в анализе основных характеристик и диагностике текущего состояния субъекта предпринимательства по ограниченному и доступному как для внутренних, так и для внешних аналитиков ряду параметров. Так, в качестве необходимых условий для эффективного применения диагностического подхода анализа инновационного потенциала необходимо выделить следующие:

- системный подход к анализу исследуемого объекта;
- установление взаимосвязей диагностических параметров с иными значимыми параметрами рассматриваемой системы;
- информация о значениях отобранных путем диагностического подхода исследуемых параметров системы должна быть достоверной, поскольку при ограниченном количестве параметров возрастает риск потерь в связи с неточным определением состояния анализируемой системы [89, с. 400].

Для наиболее полного понимания сущности и основных составляющих диагностического подхода, применяемого для оценки инновационного потенциала субъектов предпринимательской деятельности, представим процесс его реализации схематично (рис. 1.9).

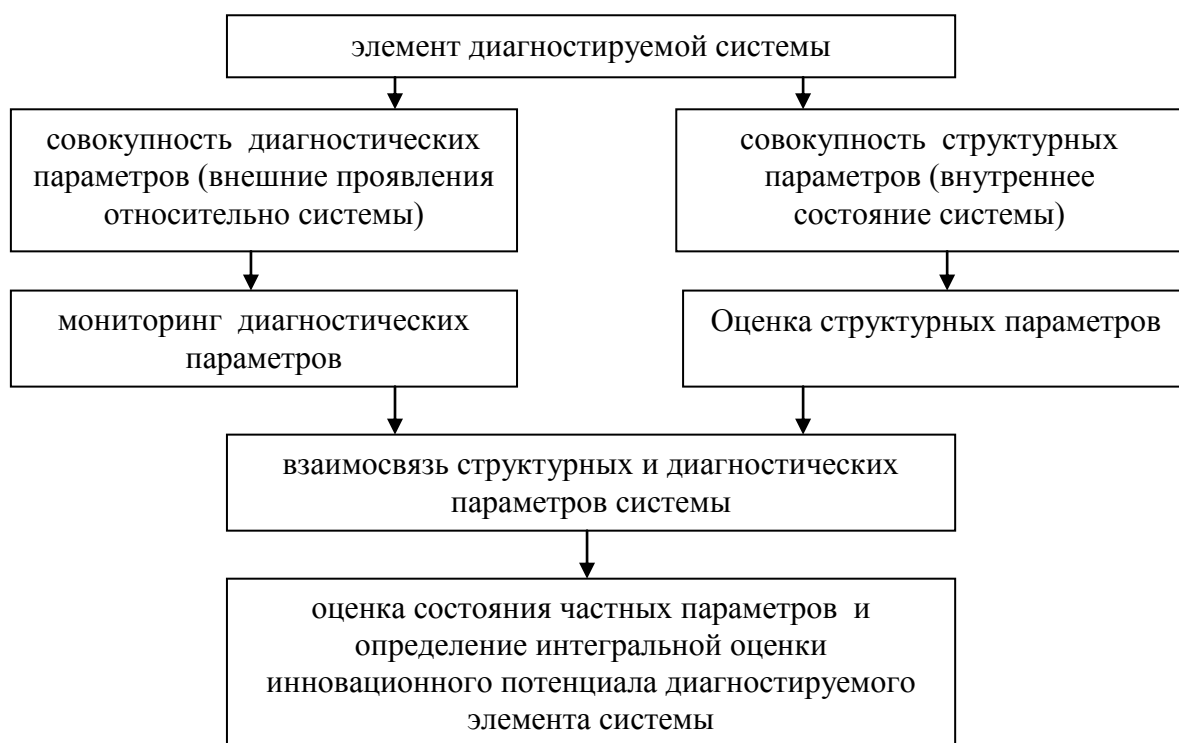


Рис. 1.9. Схема оценки инновационного потенциала при диагностическом подходе

Источник: [96, с. 303].

При данном подходе в качестве оценки структурных параметров может быть использована технология SWOT-анализа, позволяющая оценить сильные и слабые стороны инновационного потенциала субъекта предпринимательства по каждому отдельному сегменту. Интегральная оценка инновационного потенциала субъекта предпринимательства определяется как среднее значение итоговых оценок состояния каждого отдельного блока представленной схемы.

Еще один методический подход к оценке инновационного потенциала основан на анализе финансовой устойчивости субъекта предпринимательства, для чего используется трехкомпонентный показатель (1.1):

$$S = (S_1(x_1); S_2(x_2); S_3(x_3)), \quad (1.1)$$

где x_1 – излишек (недостаток) собственных оборотных средств;

x_2 – излишек (недостаток) собственных оборотных средств долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат;

x_3 – излишек (недостаток) общей величины основных источников формирования запасов и затрат.

При этом значение функции $S(x) = 1$, если $x \geq 0$; значение функции $S(x) = 0$, если $x < 0$. С учетом определяемых значений функции $S(x)$ можно выделить четыре основных типа инновационного потенциала субъекта предпринимательской деятельности (табл. 1.3).

Таблица 1.3

Типы инновационного потенциала субъектов предпринимательства

Источники покрытия затрат и показатель инновационного потенциала	Краткая характеристика уровня инновационного потенциала	Рекомендуемая стратегия инновационного развития
Высокий		
Собственные средства $S(x) = (1, 1, 1)$	Высокая обеспеченность собственными ресурсами. Стратегии инновационного развития предприятие может осуществлять без внешних заимствований.	Лидер - освоение новых технологий.
Средний		
Собственные средства плюс долгосрочные кредиты $S(x) = (0, 1, 1)$	Нормальная финансовая обеспеченность производства необходимыми ресурсами. Для эффективного вовлечения новых технологий в хозяйственный оборот следует использовать некоторый объем заемных средств.	Последователь или лидер - освоение новых или улучшающих технологий.
Низкий		
Собственные средства плюс долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы $S(x) = (0, 0, 1)$	Удовлетворительная финансовая поддержка текущих производственных запасов и затрат. Для реализации стратегий инновационного развития требуется привлечение значительных финансовых средств из внешних источников.	Последователь - освоение улучшающих технологий.
Нулевой		
$S(x) = (0, 0, 0)$	Дефицит или отсутствие источников формирования затрат.	Варианты стратегии инновационного развития отсутствуют.

Источник: [86, с. 388]

Определение с помощью данного подхода типа инновационного потенциала позволяет сделать верный выбор относительно направления

инновационного развития с позиций современного и дальнейшего финансового состояния.

Таким образом, на сегодняшний день следует выделять несколько методологических подходов к оценке инновационного потенциала, каждому из которых присущи свои достоинства и недостатки. Оценка инновационного потенциала является важной составляющей инновационной деятельности субъектов предпринимательства, поскольку именно на результатах, полученных посредством ее реализации, предприниматель сможет объективно оценить возможность реализации инновационной деятельности, выбрать стратегию инновационного развития.

В данной главе были рассмотрены теоретические основы формирования инновационной политики в системе предпринимательства, экономическая сущность инновации и инновационной деятельности, а также значение инноваций для усиления конкурентной позиции субъектов предпринимательства в условиях рынка. На основании изложенного материала, необходимо сделать вывод, что инновационная деятельность занимает важное место в системе стратегического планирования в системе предпринимательства. Нестабильность внешнего окружения обуславливает необходимость поиска предпринимателями рационального пути развития, что реализуемо путем внедрения и осуществления хозяйствующими субъектами инновационной деятельности. Инновации выступают важным фактором повышения эффективности функционирования субъектов предпринимательства в условиях рынка, поскольку способствуют росту конкурентоспособности производимой продукции, так и конкурентоспособности в целом, что, находит положительное отражение в улучшении показателей финансово-хозяйственной деятельности. Успешность инновационной деятельности, в свою очередь, определяется уровнем инновационного потенциала субъекта хозяйствования, оценка которого позволяет сформировать рациональные пути развития в рамках общей стратегии субъекта предпринимательской деятельности.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «БЕЛГОРОДСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ»

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия и анализ его положения на рынке пищевой отрасли

Объектом выпускной квалификационной работы является АО «Белгородский хладокомбинат» – юридическое лицо, расположенное по адресу: 308013, г. Белгород, ул. Дзгоева, 1.

Ключевой целью АО «Белгородский хладокомбинат» является получение максимального уровня прибыли в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности. Приоритетным направлением деятельности выступают производство и реализация мороженого с учетом влияния фактора сезонности в товарной политике. С 1998 г. продукция выпускается под торговой маркой «Бодрая корова», что позволило предприятию стать узнаваемым на рынке среди конкурентов [103].

Миссией АО «Белгородский хладокомбинат» является обеспечение конечного потребителя высококачественным экологически чистым отечественным продуктом, для чего на предприятии создан коллектив профессионалов-единомышленников, применяющих последние достижения современных технологий, а также разрабатывающих и внедряющих инновационные методы к созданию новых видов мороженого.

Организационная структура АО «Белгородский хладокомбинат» является линейно-функциональной, поскольку присутствуют как линейные руководители, так и функциональные отделы, между которыми осуществляются прямое и обратное взаимодействие. Высшим органом управления рассматриваемого предприятия является общее собрание акционеров, при этом решение основных руководящих вопросов возложено на совет директоров. Текущее управление деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат» осуществляет генеральный директор.

В своей деятельности предприятие преследует ряд целей, стремление к достижению которых обуславливает необходимость систематического анализа финансово-хозяйственной деятельности, а также анализа внешнего окружения с целью поиска вероятных направлений повышения конкурентоспособности на рынке пищевой отрасли. Основные цели, на достижение которых ориентирована деятельность предприятия, представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1.

Цели АО «Белгородский хладокомбинат»

Цель	Содержание цели
Стратегическая цель	достижение предприятием лидирующего положения на отечественном рынке в части рентабельности производства и продвижения продукции высокого качества, способной удовлетворить требования и ожидания потребителей и других заинтересованных сторон и удержать долю рынка
Тактическая цель	обеспечение показателей безопасности и качества продукции для реализации принципа «ориентация на потребителя»
Цель политики в области качества и безопасности	дальнейшее укрепление экономического положения предприятия путем реализации социальной политики, способствующей усилению мотивации деятельности персонала при обеспечении всесторонней безопасности труда

Источник: [103]

С целью оценки состояния финансово-хозяйственной деятельности анализируемого предприятия на основе отчета о финансовых результатах за 2015 г. (приложение 2) и 2016 г. (приложение 3) рассмотрим динамику доходов и расходов за последние три отчетных периода, динамику объемов реализации продукции и выручки от продаж, оценим темп изменения себестоимости продукции, рассмотрим темпы роста показателей рентабельности, а также дадим характеристику финансовой устойчивости предприятия. Также сформируем соответствующие выводы относительно финансового положения объекта исследования на текущий момент времени.

Рассмотрим показатели, характеризующие финансовые результаты исследуемого предприятия в период с 2014 г. по 2016 г. в таблице 2.2.

Таблица 2.2.

Показатели, характеризующие финансовые результаты предприятия

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2014-2015 гг.		Отклонение 2015-2016 гг.	
				тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Реализация мороженого, т.	8572	9369	9947	797	9,3	578,0	6,2
Выручка от продаж, млн. руб.	960,8	1071,5	1217,3	110,7	11,5	145,8	13,6
Себестоимость, млн. руб.	740,7	860,8	1023,4	120,1	16,2	162,6	18,9
Средняя цена 1 т. (без НДС), тыс. руб.	112,09	114,37	122,38	2,28	2	8	7
Коммерческие расходы, млн. руб.	10,8	7,8	17,6	- 3	- 27,8	9,8	125,6
Прибыль от продаж, млн. руб.	145,3	124,9	89	- 20,4	- 14	- 35,9	- 28,7
Прочие доходы, млн. руб.	23,6	48,6	26,9	25	105,9	- 21,7	- 44,7
Прочие расходы, млн. руб.	72,4	83,5	73,1	11,1	15,3	- 10,4	- 12,5
Прибыль до налогообложения, млн. руб.	96,5	90	42,7	- 6,5	- 6,7	- 47,3	- 52,6
Налог на прибыль, млн. руб.	22,4	22,3	13,5	- 0,1	- 0,4	- 8,8	- 39,5
Чистая прибыль, млн. руб.	73,3	68,1	25,4	- 5,2	- 7,1	- 42,7	- 62,7
Материальные затраты, руб.	533	652,1	723,8	119,1	22,3	71,7	11
Затраты на оплату труда, руб.	140,9	148,4	163,5	7,5	5,3	15,1	10,2
Отчисления на социальные нужды, млн. руб.	41,6	43,8	48,5	2,2	5,3	4,7	10,7
Амортизация, млн. руб.	34,8	34,6	36,5	- 0,2	- 0,6	1,9	5,5
Прочие затраты, млн. руб.	65,2	67,7	156,6	67,7	2,5	88,9	131,3
Итого по элементам затрат, млн. руб.	815,5	946,6	1128,9	131,1	16,1	182,3	19,3

Рассчитано по данным: [103]

В 2016 г. наблюдается рост объемов реализации продукции на 6,2% и выручки на 13,6% по отношению к предыдущему отчетному периоду при одновременном росте себестоимости. В 2016 г. значительно возросла цена на

продукцию, что явилось следствием роста цен на сырье по отношению к предыдущему году (в т.ч. масло + 50%, молоко + 12%, молоко сгущенное + 9%, сухое обезжиренное молоко + 15,4%). Выросли коммерческие расходы на 9,8 млн. руб. (125,6%) относительно 2015 г., что обусловлено дополнительными затратами на продвижение продукции предприятия. В свою очередь, рост себестоимости и коммерческих расходов явились причинами снижения показателей прибыли. Так, прибыль от продаж снизилась в 2016 г. на 28,7% (при этом, в 2015 г. также наблюдалось снижение уровня данного показателя на 14%). Как следствие, необходимо отметить снижение уровня прибыли до налогообложения на 52,6% и снижение уровня чистой прибыли предприятия на 62,2% по отношению к 2015 г.

Рассмотрим показатели рентабельности финансовой устойчивости предприятия. Для этого произведем расчет соответствующих показателей и представим их значения в таблице 2.3.

Таблица 2.3.

Показатели рентабельности и финансовой устойчивости

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Темп роста %
Рентабельность продаж, %	15,2	11,66	7,31	48,1
Рентабельность деятельности, %	7,36	6,36	2,09	28,4
Коэффициент финансовой устойчивости	0,79	0,84	0,76	96,2

Рассчитано по данным: [103]

На основании данных, представленных в таблице можно наблюдать значительное снижение показателей рентабельности в 2016 г. по отношению к предыдущим анализируемым отчетным периодам. Так, рентабельность продаж в 2016 г. составила всего 48,1% по отношению к 2014 г., а рентабельность основной деятельности 28,4%. Коэффициент финансовой устойчивости также снизился и составил 96,2%. Рассмотрим более подробно показатели рентабельности и финансовой устойчивости предприятия, поскольку именно они характеризуют текущее финансовое положение предприятия.

Итак, рентабельность продаж в 2016 г. составила 7,31%. Это свидетельствует о том, что предприятие имеет 7,31% чистой прибыли с каждого заработанного рубля. Рентабельность основной деятельности отражает долю прибыли предприятия с каждого рубля, который был затрачен на производство и реализацию продукции. Значение данного показателя в 2016 г. довольно низкое – 2,09%. Часть актива, финансируемую за счет устойчивых источников, характеризует коэффициент финансовой устойчивости. Чем ближе значение показателя к единице, тем стабильнее положение предприятия, поскольку доля долговременных источников финансирования гораздо выше, чем краткосрочных. В 2016 г. значение данного показателя составило 0,76%.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности показал ухудшение основных финансовых показателей предприятия. Так, в рассматриваемом периоде имели тенденцию к снижению показатели прибыли и рентабельности предприятия. Необходимо отметить значительное возрастание уровня расходов и затрат. При этом коэффициент финансовой устойчивости в 2016 г. составил 0,76%, что свидетельствует о том, что предприятие имеет сравнительно хороший уровень финансовой независимости.

Рассмотрим положение АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли. Для данной цели необходимо проанализировать основных потребителей предприятия, а также первоочередных конкурентов, деятельность которых оказывает непосредственное воздействие на состояние конечных результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Среди основных потребителей предприятия необходимо отметить, в первую очередь, Белгородскую, Курскую, Воронежскую, Саратовскую, Волгоградскую, Ленинградскую, Ростовскую, Орловскую, Калужскую, Краснодарскую области. Среди потребителей стран ближнего зарубежья следует выделить Абхазию, Мордовию. При этом основной объем поставки продукции приходится на местный рынок – Белгородскую область.

Оценим положение предприятия на местном рынке. Для достижения данной цели проанализируем его структуру, что позволит определить доли, занимаемые на рынке рассматриваемым предприятием, а также другими производителями. Структура рынка мороженого Белгородской области представлена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1. Структура рынка мороженого Белгородской области

Источник: [103]

Согласно сведениям, которые представлены на рисунке, необходимо отметить, что жители региона в наибольшей мере отдают предпочтение местному производителю – АО «Белгородский хладокомбинат». Его доля на рынке Белгородской области составляет 73%. Реже приобретается продукция хладокомбинатов регионов России (14%), а также Москвы и Московской области (10%). Доля хладокомбината г. Старый Оскол на рассматриваемом рынке составила всего 2%, а доля импортных производителей – 1%.

На сегодняшний день рынок производства мороженого является одним из самых насыщенных и конкурентных продуктовых рынков, на котором присутствует весомое число товаропроизводителей, деятельность которых подвержена различным рискам, вызванными конкурентной борьбой за потребителя. Высокий уровень конкуренции обуславливает необходимость оценки положения АО «Белгородский хладокомбинат» не только на местном,

но и на российском рынке. Достижение данной цели предопределяет необходимость проведения анализа рынка мороженого с точки зрения объемов реализации продукции производителями, функционирующими на рынке производства мороженого. Сведения, характеризующие объемы реализации мороженого основными производителями, присутствующими на рынке, представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Сведения об объемах реализации мороженого

Производитель	2014 г., т.	2015 г., т.	2016 г., т.	Темп роста, %
ООО «Инмарко»	42765	46814	51290	119,9
ООО «Талосто»	28871	31550	32122	111,3
ООО «Айсберри»	26195	26935	27840	106,3
ООО «Русский холод»	25891	26110	26865	103,8
ООО «Нестле»	18325	19415	19344	105,7
ООО «Снежный городок»	12791	13644	13550	105,9
ООО «Альтер-Вест»	11965	12380	12455	104,1
АО «Белгородский хладокомбинат»	8572	9369	9947	116
АО «Челны-холод»	7824	7980	8015	102,4
ЗАО «Подольское мороженое»	7546	7610	7752	102,7

Рассчитано по данным: [130, 104, 105, 106, 107, 108]

Согласно сведениям, отраженным в таблице, можно утверждать, что АО «Белгородский хладокомбинат» заметно уступает в конкурентных позициях другим производителям мороженого. Так, по данным представленной таблицы можно наблюдать, что по объемам сбыта производимой продукции АО «Белгородский хладокомбинат» занимает лишь восьмое место среди иных производителей, функционирующих на рынке мороженого. Его доля в общем объеме реализации продукции на российском рынке составляет 3,2%.

Изучение основных конкурентов необходимо на современном этапе развития экономики, поскольку информация о деятельности конкурентов позволяет оценить вероятные перспективы успеха на рынке, расставить приоритеты и более оперативно реагировать на действия конкурентов. Это

предопределяет необходимость анализа структуры рынка мороженого с точки зрения занимаемых производителями долей.

Рассмотрим основных конкурентов предприятия и доли, занимаемые ими на рынке. Конкуренты предприятия и их доли рынка в процентном соотношении представлены на рисунке 2.2.

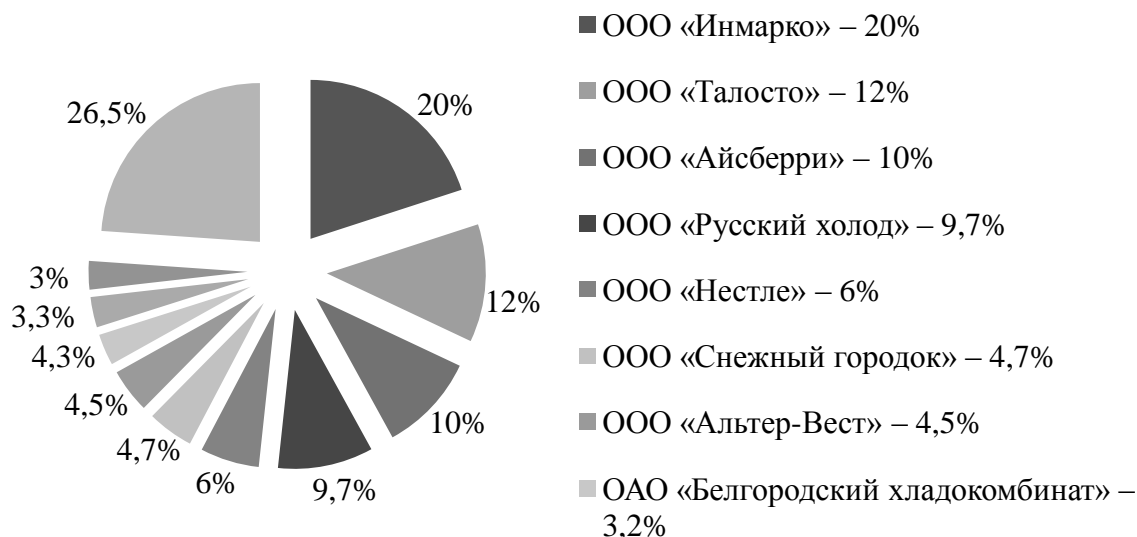


Рисунок 2.2. Конкуренты АО «Белгородский хладокомбинат»

Составлено по данным: [103, 104, 105, 106, 107, 108]

Согласно данным, представленным на рисунке, выделим следующих наиболее сильных производителей, функционирующих на рынке мороженого – ООО «Инмарко» (г. Омск), ООО «Талосто» (Санкт-Петербург), ООО «Айсберри» (Москва), ООО «Русский холод» (Москва), ООО «Нестле» (Москва), ООО «Снежный городок» (г. Новокузнецк), ООО «Альтер-Вест» (Москва). Указанные производители занимают наибольшие доли на анализируемом рынке (20%, 12%, 10%, 9,7%, 6%, 4,7%, 4,5% соответственно).

Важным моментом анализа конкурентной среды предприятия является возможность разработки мероприятий по нейтрализации сильных сторон конкурентов и повышению уровня собственной конкурентоспособности и, как следствие, улучшению результатов финансово-хозяйственной деятельности.

В данной связи существенным этапом анализа внешнего окружения предприятия выступает сравнительный анализ основных конкурентов, суть

которого заключается в установлении наиболее сильных и слабых сторон их деятельности с целью последующей разработки и реализации комплекса мероприятий, направленных на повышение уровня конкурентоспособности.

Рассмотрим сильные и слабые стороны основных конкурентов АО «Белгородский хладокомбинат», что позволит сформировать соответствующие выводы относительно эффективности реализуемой предприятием стратегии развития (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Сравнительная характеристика сильных и слабых сторон основных конкурентов предприятия

Конкурент	Сильные стороны	Слабые стороны
1	2	3
ООО «Инмарко»	1) наиболее широкий товарный ассортимент среди конкурентов; 2) узнаваемый бренд; 3) наиболее эффективная в отрасли реклама; 4) развитая дистрибьюционная сеть; 5) высокое качество производимой продукции; 6) новейшее оборудование.	1) высокие затраты на рекламу; 2) высокая стоимость продукции в сравнении с конкурентами.
ООО «Галосто»	1) широкая география сбыта; 2) высокое качество продукции; 3) надежная сеть распределения.	1) слабые позиции в НИОКР; 2) ассортимент производимой продукции уже, чем у основных конкурентов.
ООО «Айсберри»	1) широкий товарный ассортимент; 2) высокое качество продукции; 3) наличие широкой сети филиалов.	1) слабое развитие в части инноваций; 2) неэффективный дизайн упаковки.
ООО «Русский холод»	1) широкий ассортимент продукции; 2) наиболее развитая в отрасли система дистрибуции; 3) оптимальное соотношение между ценой и качеством продукции.	1) слабая рекламная политика; 2) высокие производственные издержки.
ООО «Нестле»	1) разнообразный ассортимент; 2) успешный бренд; 3) широкая география сбыта.	1) высокая цена на производимые товары; 2) высокие затраты на рекламу; 3) устаревшее оборудование.

Продолжение табл. 2.5

1	2	3
ООО «Снежный городок»	1) широкий ассортимент; 2) высокое качество продукции; 3) современное оборудование.	1) высокие затраты на реализацию маркетинговой политики; 2) уязвимость перед конкурентным давлением.
ООО «Альтер-Вест»	1) широкая ассортиментная линия; 2) разработка и внедрение инновационных товаров; 3) доступная цена.	1) уязвимость перед конкурентным давлением; 2) высокие производственные затраты.

Проведенный анализ основных конкурентов АО «Белгородский хладокомбинат» показывает, что рассмотренные производители рынка мороженого обладают как сильными, так и слабыми сторонами в своей деятельности. Можно полагать, что являясь лидерами рынка, они функционируют согласно эффективно-разработанной стратегии, увязывающей преимущества и недостатки, которыми располагает каждый из указанных производителей. Рассмотрим более подробно основные конкурентные преимущества, благодаря которым проанализированные производители смогли достичь высоких конкурентных позиций и завоевать приверженность среди потребителей.

Итак, практически каждый из рассмотренных производителей располагает довольно широким товарным ассортиментом, благодаря которому может наилучшим образом удовлетворить самый разнообразный спрос, существующий на рынке. Исключение составляет ООО «Талосто», стратегия которого главным образом нацелена на расширение присутствия предприятия на рынке и развитие надежной сети распределения продукции. Также среди сильных сторон основных конкурентов следует отметить высокое качество производимой продукции и наличие широкой географии сбыта. Такие производители, как ООО «Талосто», ООО «Русский холод», ООО «Инмарко» располагают надежной сетью дистрибуции, что позволяет им эффективнее продвигать свою продукцию. Лидер рынка ООО «Инмарко» при наличии

широкого разнообразия товарного ассортимента успешно развивает рекламную политику, что позволило ему сформировать успешный бренд. Однако это определяет и слабую его сторону, которая выражается в высокой стоимости производимой продукции.

Необходимо отметить, что АО «Белгородский хладокомбинат» существенно уступает по конкурентным позициям указанным производителям, поскольку доля его присутствия на рынке значительно меньше, чем у основных конкурентов, что, в свою очередь, обуславливает необходимость разработки мероприятий, нацеленных на повышение эффективности функционирования в условиях рынка, а также необходимость поиска соответствующих резервов.

Поиск путей повышения эффективности функционирования предприятия в условиях рынка обуславливает необходимость проведения Pest-анализа, сущность которого заключается в выявлении политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, оказывающих как прямое, так и косвенное воздействие на деятельность исследуемого субъекта предпринимательства (табл. 2.6).

Таблица 2.6

Pest-анализ внешнего окружения АО «Белгородский хладокомбинат»

<p>Политические факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уровень политической стабильности; - изменения законодательства (налогового, трудового и пр.); - государственное регулирование конкуренции; - ужесточение государственного контроля деятельности субъектов предпринимательства. 	<p>Экономические факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рост инфляции; - изменения структуры доходов населения; - зависимость цен на ресурсы от экономической ситуации в стране и странах-импортерах; - рост уровня безработицы.
<p>Социальные факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демографические изменения; - рост склонности населения к посещению общественных заведений (кафе и пр.); - растущий интерес общества к правильному питанию, связанный с ростом спроса на продукцию с пониженным содержанием сахара. 	<p>Технологически факторы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - потенциал внедрения новой продукции на рынок; - развитие конкурентных технологий; - рост уровня технологического развития основных конкурентов.

Pest-анализ является важным маркетинговым инструментом анализа внешнего окружения, поскольку его результаты дают возможность оценить экономическую ситуацию, складывающуюся на рынке в процессе финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Так, в выше представленной таблице отражены факторы внешнего окружения, изменение которых будут оказывать непосредственное воздействие на деятельность исследуемого предприятия.

Таким образом, проведенные анализ финансово-хозяйственной деятельности и анализ внешнего окружения требуют формирования соответствующих выводов относительно деятельности АО «Белгородский хладокомбинат». Так, анализ финансово-хозяйственной деятельности показал, что в последние годы наблюдается тенденция снижения уровня прибыли и показателя рентабельности предприятия. При этом расчет коэффициента финансовой устойчивости свидетельствует о том, что предприятие имеет сравнительно хороший уровень финансовой независимости, что может быть использовано при формировании стратегии дальнейшего развития. Анализ рынка, в свою очередь, показывает, что основным потребителем предприятия выступает местный рынок – рынок Белгородской области. Доля присутствия предприятия на иных региональных рынках низкая по отношению к основным конкурентам, что обуславливает необходимость наращивания конкурентных преимуществ. Данные факторы свидетельствуют о необходимости разработки мероприятий, нацеленных на повышение эффективности функционирования предприятия в условиях рынка. Фактором, способствующим повышению эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли могут выступать инновации, поскольку инновационная деятельность на современном этапе развития экономики способствует наращиванию конкурентных преимуществ, занятию более выгодной позиции на рынке, и, как следствие, повышению результативности финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства.

2.2. Анализ инновационного потенциала предприятия

Ухудшение показателей финансово-хозяйственной деятельности АО «Белгородский хладокомбинат», а также сравнительно низкая доля присутствия на региональных рынках по отношению к основным конкурентам обуславливает необходимость осуществления предприятием инновационной деятельности.

Определение стратегических направлений инновационной деятельности субъектов предпринимательства основывается как на результатах всесторонней оценки внешнего окружения, так и на выявлении внутренних инновационных возможностей, что осуществляется посредством анализа инновационного потенциала. Анализ инновационного потенциала позволяет, прежде всего, оценить финансовую устойчивость субъекта предпринимательства к инновационному развитию, что, в свою очередь, способствует установлению динамичной взаимосвязи между финансовым обеспечением текущих производственных запасов и инвестиционными затратами, необходимыми для инновационного развития [69, с. 244].

Поскольку инновационная деятельность является важным направлением, обеспечивающим прирост уровня конкурентоспособности субъекта рынка и, как следствие, уровня получаемой прибыли, это обуславливает необходимость проведения анализа инновационного потенциала АО «Белгородский хладокомбинат».

Выводы, полученные на основании анализа инновационного потенциала, позволят сформировать представление о достаточности у предприятия финансово-экономических ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности.

С целью проведения анализа состояния инновационного потенциала АО «Белгородский хладокомбинат» необходимо произвести расчет ряда показателей, характеризующих уровень финансовой устойчивости предприятия и его способность обеспечивать инновационный процесс. Для достижения

поставленной цели следует рассмотреть структуру финансовых средств согласно бухгалтерскому балансу за 2016 г. (приложение 1) на осуществление инновационной деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» (табл. 2.7).

Таблица 2.7

Структура финансовых средств на осуществление инновационной деятельности
АО «Белгородский хладокомбинат»

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2014-2015 гг.		Отклонение 2015-2016 гг.	
				тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Собственный капитал, тыс. руб.	534624	601165	623767	66541	12,5	22602	3,8
Внеоборотные активы, тыс. руб.	357418	362439	382784	5021	1,4	20345	5,6
Долгосрочные пассивы, тыс. руб.	116336	65829	5449	- 50507	- 43,5	- 60380	- 91,7
Краткосрочные заемные средства, тыс. руб.	114737	107970	188205	- 6767	- 5,9	80235	74,3

Рассчитано по данным: [103]

Данные, отраженные в выше представленной таблице, свидетельствуют о том, что в структуре финансовых средств на осуществление инновационной деятельности наблюдается положительная динамика. Так, необходимо отметить увеличение собственного капитала в 2015 г. и 2016 г. (на 12,5% и на 3,8% соответственно) и увеличение внеоборотных активов (на 1,4% и 5,6% соответственно). Также отмечается значительное снижение доли долгосрочных пассивов предприятия в 2015 г. и 2016 г. (на 43,5% и 91,7% соответственно) при одновременном росте в 2016 г. краткосрочных заемных средств предприятия на 74,3 %.

Анализ инновационного потенциала предполагает проведение оценки финансовой устойчивости субъекта предпринимательской деятельности, поскольку именно степень платежеспособности определяет наличие денежных средств, требуемых для внедрения инноваций и осуществления предприятием инновационной деятельности.

Произведем расчет показателей финансовой устойчивости предприятия, характеризующих способность АО «Белгородский хладокомбинат» обеспечивать инновационный процесс собственными оборотными средствами, собственными оборотными средствами, долгосрочными и краткосрочными кредитами. Расчет данных показателей позволит определить степень обеспеченности запасов и затрат собственными и заемными источниками их формирования, а также соотношения объемов собственных и заемных средств, а также сформулировать выводы относительно способности предприятия обеспечивать инновационный процесс (табл. 2.8).

Таблица 2.8

Показатели, характеризующие финансовую устойчивость
АО «Белгородский хладокомбинат»

Показатель	Методика расчета	Расчет показателя, тыс. руб.
Наличие собственных оборотных средств	собственный капитал - - внеоборотные активы	$623767 - 382784 =$ $= 240983$
Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат	собственные оборотные средства + + долгосрочные пассивы	$240983 + 5449 =$ $= 246432$
Общая величина основных источников формирования запасов и затрат	Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат + + краткосрочные заемные средства	$246432 + 188205 =$ $= 434637$

Рассчитано по данным: [103]

Рассмотренные показатели характеризуют наличие у АО «Белгородский хладокомбинат» источников, требуемых для формирования запасов и затрат производственно-хозяйственной деятельности. На основе данных показателей рассчитываются величины, позволяющие оценить достаточность источников для покрытия запасов и затрат, а именно: излишек или недостаток собственных оборотных средств, излишек или недостаток собственных оборотных средств и

долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат, излишек или недостаток общей величины основных источников для формирования запасов и затрат.

Произведем расчет данных показателей, что позволит оценить состояние инновационного потенциала АО «Белгородский хладокомбинат», а также предоставит возможность оценить готовность предприятия к осуществлению инновационной деятельности (табл. 2.9).

Таблица 2.9

Уровень финансовой устойчивости АО «Белгородский хладокомбинат»

Показатель	Порядок расчета	Рекомендуемое значение	Расчет показателя
Излишек (недостаток) собственных оборотных средств ($\pm M_c$)	Наличие собственных оборотных средств – запасы	$\pm M_c \geq 1$	$240983 - 95319 = 145664$
Излишек (недостаток) собственных оборотных средств долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат ($\pm M_d$)	Наличие собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат - запасы	$\pm M_d \geq 1$	$246432 - 95319 = 151113$
Излишек (недостаток) общей величины основных источников формирования запасов и затрат ($\pm M_k$)	Общая величина основных источников формирования запасов и затрат - запасы	$\pm M_k \geq 1$	$434637 - 95319 = 339318$

Рассчитано по данным: [103]

Состояние показателей, методика и порядок расчета которых отражены выше, позволяют сформировать выводы относительно финансового состояния предприятия, поскольку выступают базой для классификации финансово-экономического положения по степени его финансовой устойчивости. Так, из данных, представленных в таблице, следует, что АО «Белгородский хладокомбинат» характеризуется высоким уровнем финансовой устойчивости, поскольку во всех случаях трехкомпонентный показатель $S(x)$ принимает

значение больше единицы ($S_1(x_1) > 1$, где $x_1 = \pm M_c$; $S_2(x_2) > 1$, где $x_2 = \pm M_d$; $S_3(x_3) > 1$, где $x_3 = \pm M_k$).

С учетом определяемых значений функции $S(x)$ выделяют четыре основных типа инновационного потенциала субъекта предпринимательской деятельности, в зависимости от которого предприятию может быть предложена та или иная стратегия его дальнейшего развития. Представим схематично типы инновационного развития субъектов предпринимательства и отметим положение АО «Белгородский хладокомбинат» (рис. 2.3).

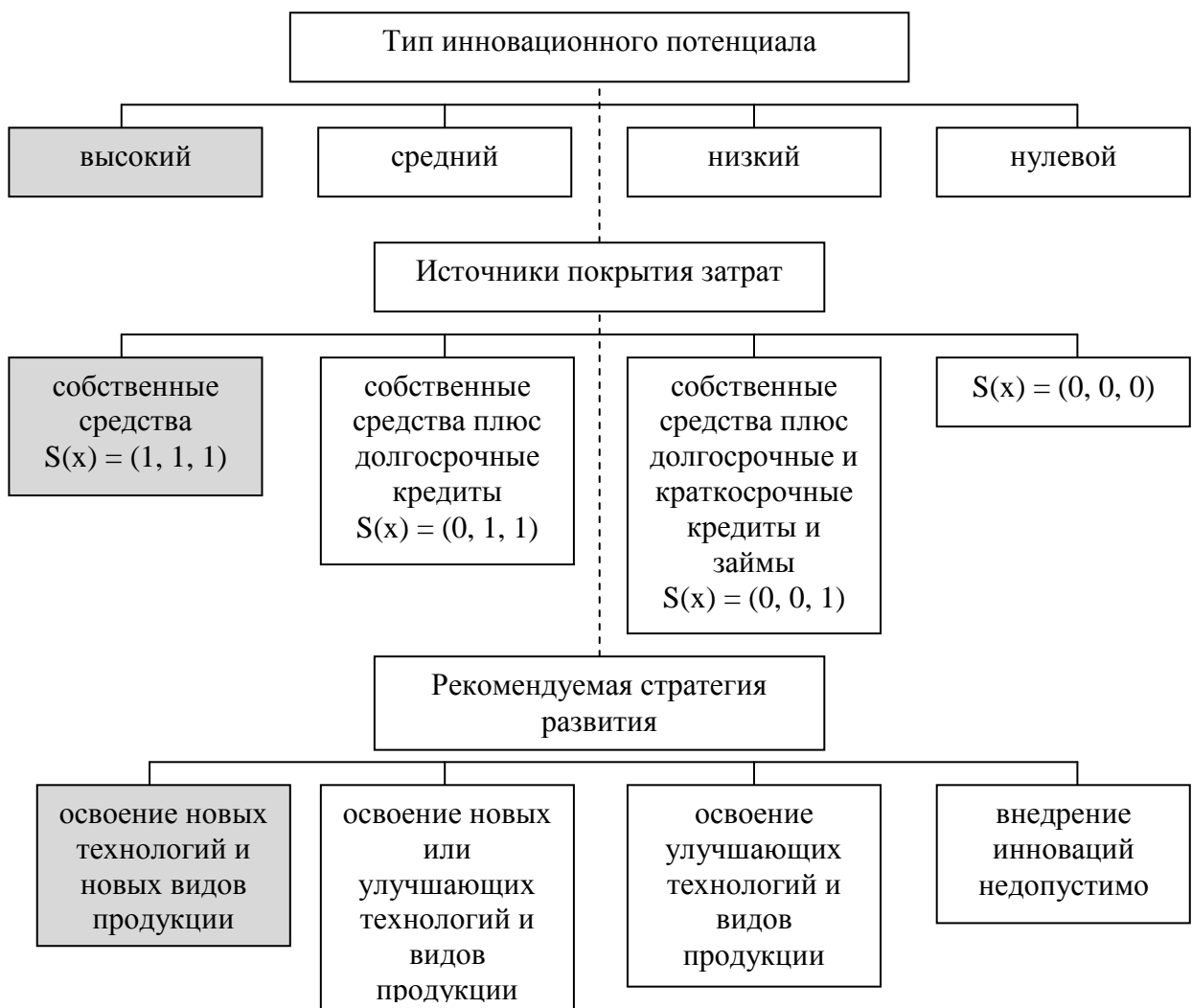


Рисунок 2.3. Тип инновационного потенциала и рекомендуемая стратегия развития АО «Белгородский хладокомбинат»

Составлено по материалам: [49, с. 201]

Анализ инновационного потенциала предприятия на основе оценки финансовой устойчивости показывает, АО «Белгородский хладокомбинат» характеризуется высокой степенью инновационного потенциала, поскольку для него характерна высокая степень обеспеченности собственными ресурсами, что, в свою очередь, будет способствовать эффективной реализации стратегии инновационного развития без внешних заимствований.

Поскольку проведенный анализ установил, что для АО «Белгородский хладокомбинат» характерен высокий уровень инновационного потенциала, предприятию целесообразно применение наступательных стратегий путем реализации инноваций и развития инновационной политики, что будет способствовать его интенсивному развитию.

Необходимо понимать, что предприятие не сможет разработать грамотную стратегию инновационного развития, добиться коммерческого успеха на рынке, если не определит для себя, что составляет его сильную сторону, а что слабую, и не увяжет их с вероятными возможностями и угрозами. Это определяет необходимость проведения SWOT-анализа.

Анализ инновационного потенциала при помощи SWOT-анализа позволит определить направления инновационного развития, которые будут обеспечивать АО «Белгородский хладокомбинат» высокий уровень конкурентоспособности, как производимой продукции, так и предприятия в целом, существенно повысив при этом его устойчивость к постоянным изменениям внешней среды.

Так, необходимость анализа инновационного потенциала АО «Белгородский хладокомбинат» методом SWOT-анализа обусловлена также тем, что его результаты предоставят возможность адекватно оценить готовность предприятия к внедрению и развитию инновационной политики, проанализировать и спрогнозировать основные тенденции развития, выделить сильные и слабые стороны предприятия, выявить перспективные направления

инновационного развития, что, в свою очередь, позволит нарастить конкурентные преимущества и занять выгодную позицию на рынке.

Проанализируем с помощью SWOT-анализа сильные и слабые стороны АО «Белгородский хладокомбинат», а также увяжем их с возможностями и вероятными угрозами, стоящими на сегодняшний день перед предприятием, что позволит определить перспективное направление его инновационного развития (табл. 2.10).

Таблица 2.10

SWOT-анализ АО «Белгородский хладокомбинат»

<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) высокое качество продукции; 2) широкая география продаж; 3) современное высокотехнологичное производство; 4) доступные цены; 5) широкий ассортимент. 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) слабая рекламная политика; 2) уязвимость перед конкурентным давлением; 3) недостаточное использование производственных мощностей; 4) зависимость от цен на сырье; 5) необходимость приобретения многих ингредиентов за рубежом.
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) увеличение доли рынка; 2) выход на новые рынки; 3) изготовление новых видов продукции; 4) увеличение спроса на продукцию; 5) внедрение новых технологий. 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) снижение потребительского спроса; 2) усиление конкурентного давления; 3) насыщение рынка; 4) изменение цен на сырье; 5) снижение доли рынка.

Проведенный SWOT-анализ АО «Белгородский хладокомбинат» показывает, что за счет наличия современного высокотехнологичного производства, доступных цен, высокого качества продукции предприятие сможет в перспективе освоить производство новой продукции, что, в свою очередь, повлечет за собой увеличение потребительского спроса, и, как следствие, увеличение доли рынка. Производство новой продукции, в свою очередь, позволит наиболее эффективным образом использовать имеющиеся производственные мощности, а также понизит уязвимость предприятия перед конкурентным давлением. Кроме того данные мероприятия позволят снизить

вероятность наступления угрозы снижения потребительского спроса, а также угрозы усиления конкурентного давления.

В данной связи АО «Белгородский хладокомбинат» следует совершенствовать свою деятельность путем осуществления инновационной политики, что будет способствовать укреплению имеющихся и развитию новых конкурентных преимуществ. Однако необходимо учитывать, что при формировании инновационной политики должны приниматься во внимание сильные и слабые стороны основных конкурентов, т.к. именно они оказали определяющее воздействие на их текущее выгодное положение на рынке.

Таким образом, проведенный анализ инновационного потенциала показал, что АО «Белгородский хладокомбинат» располагает достаточным количеством собственных финансовых ресурсов, что является необходимым условием для успешного осуществления инновационной политики. Кроме того, установлено, что за счет грамотной взаимоувязки имеющихся сильных и слабых сторон с учетом возможностей и угроз, стоящих перед предприятием, может быть эффективно организована деятельность по внедрению инноваций, что повлечет за собой рост потребительского спроса, увеличение доли рынка, а также позволит предприятию наилучшим образом использовать имеющиеся производственные мощности. Поскольку анализ позволил установить, что для предприятия характерен высокий уровень инновационного потенциала, обусловленный высокой степенью обеспеченности собственными ресурсами, предприятию целесообразно применение наступательных стратегий путем осуществления инновационной политики. В связи с тем, что реализация инновационной политики требует значительных капиталовложений, АО «Белгородский хладокомбинат» за счет достаточного количества собственных средств сможет эффективно развиваться в инновационном направлении без внешних заимствований, что, в свою очередь, позволит увеличить объемы сбыта продукции на региональных рынках, а также нарастить конкурентные преимущества.

2.3. Основные направления и особенности формирования инновационной политики на предприятии

Для современной рыночной экономики характерной чертой является нарастание конкурентного противостояния субъектов предпринимательской деятельности и важным фактором в борьбе за рыночные позиции выступает инновационная деятельность субъекта предпринимательства. Как показывает практика, успеха в отрасли добивается тот хозяйствующий субъект, который не ограничивается наращиванием объемов производства продукции, а осваивает производство новых либо усовершенствованных продуктов, а также осваивает новые технологии.

Поскольку конкурентные преимущества субъектов предпринимательской деятельности в значительной степени достигаются в результате реализации инноваций, анализ основных направлений и особенностей формирования инновационной политики АО «Белгородский хладокомбинат» выступает важным этапом по формированию предложений по повышению эффективности функционирования исследуемого предприятия в условиях рынка пищевой отрасли. Кроме того, данные предложения будут носить рекомендательный характер по формированию и управлению инновационной политикой субъектов предпринимательства в условиях рынка.

Рассмотрим основные направления и особенности формирования инновационной политики АО «Белгородский хладокомбинат».

АО «Белгородский хладокомбинат» в своей деятельности осуществляет политику в области научно-технического развития в части лицензий и патентов, а также новых разработок и исследований в следующих направлениях:

- организация производства и реализации новых видов продукции, что направлено на наиболее полное удовлетворение потребительского спроса с целью увеличения прибыли предприятия, сохранения и увеличения доли на рынке своего присутствия, а также выхода на новые географические рынки;

- создание и освоение новых технологий в части технологического инструмента, внедрения новых видов продукции, снижения производственных затрат, реализации политики в области экологии [103].

Представим в таблице 2.11 суммарные расходы рассматриваемого предприятия на завершённые научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы (согласно строке 1120 «Результаты исследований и разработок» бухгалтерского баланса).

Таблица 2.11

Расходы АО «Белгородский хладокомбинат» на завершённые научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы

Наименование показателя	Сумма расходов, тыс. руб.			Отклонение 2014-2015 гг.		Отклонение 2015-2016 гг.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Результаты исследований и разработок	200	47	45	- 153	- 76,5	- 2	- 4,3

Рассчитано по данным: [103]

Согласно данным, представленным в таблице, можем наблюдать негативную тенденцию в части формирования и осуществления АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной политики. Так, необходимо отметить снижение денежных средств, выделенных предприятием на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы в 2015 г. по отношению к 2014 г. на 76,5%, а также в 2016 г. по отношению к 2015 г. на 4,3%. Кроме того, следует учитывать, что рассматриваемое предприятие является довольно крупным хозяйствующим субъектом, что позволяет утверждать о низком суммарном объеме финансовых ресурсов, выделяемых на инновационную деятельность. Представленная динамика подтверждает, что предприятием неэффективно организована деятельность в части формирования и реализации инновационной политики, что, в свою очередь, негативно сказывается на уровне его конкурентоспособности и находит отражение в низкой доле на российском рынке мороженого.

Необходимо отметить, что предприятие в большей мере ориентировано на продвижение бренда, а не на развитие инновационной политики, о чем свидетельствует развитая маркетинговая деятельность. Так, предприятие активно реализует деятельность в части организации выставок, ярмарок, детских праздников и прочих массовых мероприятий, как в Белгородской области, так и в близлежащих областях.

Необходимым этапом оценки эффективности реализации предприятием инновационной политики является анализ его товарного ассортимента, который позволит сформировать выводы относительно эффективности тех или иных товаров, в зависимости уровня приносимой ими прибыли. В данной связи возникает необходимость проведения соответствующего анализа.

Рассмотрим объемы реализованной АО «Белгородский хладокомбинат» продукции в денежном выражении по отдельным товарным группам и сравним значения данных показателей между собой, определим при этом темпы роста рассматриваемых показателей. Представим сравнительную характеристику объемов реализованной предприятием продукции за 2014-2016 гг. (табл. 2.12).

Таблица 2.12

Объемы реализации продукции АО «Белгородский хладокомбинат»

Наименование	Объемы реализации, руб.			Темп роста, %
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	
Брикет	8550290	8640344	9037105	105,7
Стаканчик бумажный	3292074	3108326	2892819	87,9
Рожок	1208621	1336208	1636166	135,4
Эскимо	8318633	8422958	8976418	107,9
Весовое	3890057	4153493	4679055	120,3
Трубочка (лакомка)	735827	693850	632490	86
Вафельная трубочка	986420	938498	888585	90,1
Вафельный стаканчик	9190635	9280454	9643830	104,9
Ведро	1225373	1452470	1937355	158,1
Пластиковый стаканчик	1870368	1519206	1085322	58
Ванна	2385847	2493491	2718365	113,9
Рулет	760548	816456	946477	124,5
Торт	2314607	2500071	2954644	127,7
Фруктовый лед	3250956	3395615	3622700	111,4

Рассчитано по данным: [103]

На основании представленных в таблице данных, можно наблюдать рост объемов реализации отдельных товарных групп, который позволяет судить о высоком уровне потребительского спроса на данные товары. Напротив, по отдельным категориям товаров наблюдается негативная тенденция снижения потребительского спроса.

С целью получения более широкого представления об изменениях, которые произошли в объемах реализации продукции, необходимо провести ABC-анализ товарного ассортимента, с помощью которого проранжируем представленные товарные группы по степени значимости и выявим наиболее перспективные из них. Основным критерием будет выступать темп роста прибыли по каждой товарной группе за рассматриваемый период (табл. 2.13).

Таблица 2.13

ABC-анализ товарного ассортимента предприятия

Группа	Наименование	Объемы реализации, руб.			Темп роста, %
		2014 г.	2015 г.	2016 г.	
A	Ведро	1225373	1452470	1937355	158,1
A	Рожок	1208621	1336208	1636166	135,4
A	Торт	2314607	2500071	2954644	127,7
A	Рулет	760548	816456	946477	124,5
A	Весовое	3890057	4153493	4679055	120,3
B	Ванна	2385847	2493491	2718365	113,9
B	Фруктовый лед	3250956	3395615	3622700	111,4
B	Эскимо	8318633	8422958	8976418	107,9
B	Брикет	8550290	8640344	9037105	105,7
B	Вафельный стаканчик	9190635	9280454	9643830	104,9
C	Вафельная трубочка	986420	938498	888585	90,1
C	Стаканчик бумажный	3292074	3108326	2892819	87,9
C	Трубочка (лакомка)	735827	693850	632490	86
C	Пластиковый стаканчик	1870368	1519206	1085322	58

Рассчитано по данным: [103]

На основании представленного ABC-анализа товарного ассортимента предприятия, сформулируем следующие выводы. Товары предприятия группы А (ведро, рожок, торт, рулет, весовое мороженое) оказали наибольшее влияние на повышение уровня выручки от реализации продукции, поскольку согласно

данным, представленным в таблице, спрос на указанные категории за рассматриваемый период существенно возрос. Пользовались потребительским спросом и товары группы В (ванна, фруктовый лед, эскимо, брикет, вафельный стаканчик), реализация которых также способствовала увеличению выручки предприятия. Товары группы С (вафельная трубочка, стаканчик бумажный, трубочка (лакомка), пластиковый стаканчик) оказались менее эффективными, поскольку объемы реализации на данную группу товаров в рассматриваемом периоде снизились. Необходимо отметить существенное снижение спроса на мороженое в пластиковом стаканчике. В данной связи, проведенный анализ показал, что руководству предприятия следует принять соответствующие решения относительно товаров группы С в связи со значительным снижением уровня потребительского спроса на данную группу товаров, а также в связи с падением принесенного ими уровня прибыли в рассматриваемом периоде.

Проведенный ABC-анализ товарного ассортимента АО «Белгородский хладокомбинат» может выступать основной для принятия руководством предприятия управленческих решений в части формирования и управления инновационной политикой, поскольку его результаты дают представление относительно эффективности существующего товарного ассортимента и рациональности производства новых видов продукции.

Результаты ABC-анализа определяют необходимость проведения оценки стадий жизненного цикла отдельных категорий товаров предприятия, что, в свою очередь, позволит сформировать выводы, а также принять соответствующие решения о рациональности снятия неэффективных товаров с производства, а также будет служить опорной точкой для формирования решений относительно внедрении рассматриваемым предприятием инноваций и реализации инновационной деятельности.

Определим, на какой стадии жизненного цикла находится каждая товарная группа АО «Белгородский хладокомбинат», что предоставит возможность оценить, производство и реализация каких товарных групп

является перспективным направлением деятельности на сегодняшний день, а какие товарные группы тормозят развитие предприятия. Для осуществления данной цели будем использовать широко распространенный метод Polli-Cook, который позволит определить, какое воздействие оказывает тот или иной производимый товар на конкурентоспособность предприятия и его положение на рынке среди основных конкурентов. Стадии жизненного цикла продукции АО «Белгородский хладокомбинат» согласно методу Polli-Cook представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14

Стадии жизненного цикла продукции предприятия

Наименование	Выручка, руб.			Изменение выручки (B_i), руб.	$(B_i \cdot B_{cp})^2$	Стадии ЖЦТ
	2014 г.	2015 г.	2016 г.			
Брикет	8550290	8640344	9037105	486815	50796595161	зрелость
Стаканчик бумажный	3452074	3108326	2892819	-559255	673530434721	спад
Рожок	1208621	1336208	1636166	427545	27592864321	зрелость
Эскимо	8318633	8422958	8976418	657785	157094115201	рост
Весовое	3890057	4153493	4679055	788998	278323774096	рост
Трубочка (лакомка)	735827	693850	632490	-103337	133057882441	спад
Вафельная трубочка	986420	938498	888585	-97835	129074214361	спад
Вафельный стаканчик	9190635	9280454	9643830	453195	36772281121	зрелость
Ведро	1225373	1452470	1937355	711982	202993500304	рост
Пластиковый стаканчик	1870368	1519206	1085322	-785046	1095120390400	спад
Ванна	2236847	2493491	2718365	481518	48436967056	зрелость
Рулет	760548	816456	946477	185929	5701005025	зрелость
Торт	2314607	2500071	2954644	640037	143340231609	рост
Фруктовый лед	3250956	3395615	3622700	371744	12168296100	зрелость
Итого	-	-	-	3660075	2994002551917	-
Среднее изменение выручки (B_{cp})					261434	
Среднее квадратическое отклонение (СКО)					462447	
$B_{cp} + 0,5 * СКО$					492657	
$B_{cp} - 0,5 * СКО$					30211	

Рассчитано по данным: [103]

Итак, на основании проведенного анализа следует отметить, что на стадии роста жизненного цикла продукции рассматриваемого предприятия находятся такие товарные группы, как эскимо, весовое мороженое, ведро, торт, что свидетельствует о том, что для данных товарных групп характерен высокий уровень спроса на рынке и данные категории товаров приносят предприятию высокую прибыль. На стадии зрелости разместились брикет, рожок, вафельный стаканчик, ванна, рулет, фруктовый лед, что позволяет сделать вывод о достижении максимума объема спроса на отмеченные категории товаров предприятия. Стаканчик бумажный, вафельная трубочка, трубочка (лакомка) и пластиковый стаканчик оказались на стадии спада, поскольку объемы спроса и продаж на данные группы товаров значительно снизились.

Результаты проведенного анализа товарного ассортимента предприятия с использованием известного метода Polli-Cook позволяют утверждать, что важным направлением деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» на сегодняшний день могут выступать такие направления деятельности, как исключение из производства неэффективных товарных групп, которые уже не приносят требуемого уровня прибыли, а также развитие инновационной политики, что на современном этапе развития общества является довольно актуальным направлением деятельности, способствующим наращиванию конкурентных преимуществ и уровня прибыли.

Необходимо отметить, что предприятие не уделяет должного внимания развитию инновационной политики, о чем свидетельствуют низкие объемы финансовых ресурсов, выделяемых на развитие данного направления, а также наличие устаревших неэффективных товарных групп, в отношении которых наблюдается снижение уровня спроса, что не позволяет предприятию занять лидирующие позиции на рынке. В данной связи, предприятию необходимо сокращать производство данных категорий товаров и ориентироваться свое производство на новые товары, которые смогут наилучшим образом удовлетворить потребительские ожидания.

Таким образом, проведенный анализ основных направлений и особенностей формирования инновационной политики АО «Белгородский хладокомбинат» позволяет утверждать, что осуществление предприятием инновационной политики находится на низком уровне, о чем свидетельствует низкие финансовые вложения в данное направление деятельности. Кроме того, установлено, что предприятие располагает неэффективными товарными группами, которые находятся на стадии спада жизненного цикла и производство которых тормозит деятельность предприятия. В данной связи перспективным направлением развития АО «Белгородский хладокомбинат» может выступать внедрение в его деятельность инноваций. Осуществление инновационной деятельности позволит предприятию наилучшим образом удовлетворить потребности потребителей, а также будет способствовать занятию предприятием наиболее выгодного положения на рынке и принесет дополнительный объем прибыли.

В данной главе были рассмотрены организационно-экономическая характеристика АО «Белгородский хладокомбинат», проведены анализ положения предприятия на рынке пищевой отрасли и анализ инновационного потенциала, выявлены основные направления и особенности формирования инновационной политики на предприятии. Так, выявлена тенденция снижения уровня прибыли и показателя рентабельности предприятия. Анализ внешнего окружения показал, что основным потребителем предприятия выступает местный рынок – рынок Белгородской области. Доля присутствия АО «Белгородский хладокомбинат» на иных региональных рынках довольно низкая по отношению к конкурентам, что свидетельствует о необходимости наращивания предприятием конкурентных преимуществ. Также установлено, что реализация инновационной деятельности находится на низком уровне, о чем позволяют утверждать незначительные финансовые вложения предприятия в развитие данного направления. Кроме того, рассматриваемое предприятие располагает неэффективными товарными группами, жизненный цикл которых находится на стадии спада. Производство

данных товарных групп является нерентабельным и тормозит развитие предприятия, что, в свою очередь, находит отражение в низкой доле на рынках его присутствия. Данные факторы свидетельствуют о необходимости поиска путей повышения конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятия.

При этом проведенные анализ финансово-хозяйственной деятельности и анализ инновационного потенциала АО «Белгородский хладокомбинат» показали, что предприятие имеет сравнительно хороший уровень финансовой независимости и располагает достаточным количеством собственных финансовых ресурсов, что может быть использовано при формировании стратегии дальнейшего развития предприятия, а также является необходимым условием осуществления инновационной политики. Также установлено, что за счет взаимоувязки сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами предприятие сможет эффективно организовать деятельность по внедрению инноваций, что, в свою очередь, повлечет за собой рост потребительского спроса, увеличение доли рынка, а также позволит предприятию наилучшим образом использовать имеющиеся производственные мощности. Кроме того, выявлено что для АО «Белгородский хладокомбинат» характерен высокий уровень инновационного потенциала, что обусловлено высокой степенью обеспеченности собственными ресурсами. В данной связи, перспективным направлением деятельности предприятия может выступать осуществление инновационной деятельности, поскольку за счет достаточного количества собственных ресурсов предприятие сможет эффективно развиваться в инновационном направлении без внешних заимствований. Осуществление инновационной деятельности позволит АО «Белгородский хладокомбинат» повысить конкурентоспособность, занять более выгодную позицию на рынке, а также принесет предприятию дополнительный уровень прибыли.

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ АО «БЕЛГОРОДСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ»

3.1. Инновации как фактор повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли

Проведенные во второй главе квалификационной работы анализ финансово-хозяйственной деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» и его положения на рынке пищевой отрасли, анализ инновационного потенциала предприятия, оценка основных направлений и особенностей формирования инновационной политики показали, что предприятие недостаточно эффективно реализует стратегию своего развития на рынке пищевой отрасли.

Недостаточная результативность финансово-хозяйственной деятельности предприятия обуславливает необходимость разработки рекомендаций по повышению эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли.

Так, установлено снижение уровня прибыли анализируемого предприятия в рассматриваемом периоде, а также снижения показателя рентабельности, что, безусловно, имеет негативную тенденцию развития АО «Белгородский хладокомбинат». Кроме того, проведенный анализ внешнего окружения показал, что география реализации продукции предприятия достаточно широка, однако при этом основным потребителем выступает местный рынок – рынок Белгородской области. Доля присутствия АО «Белгородский хладокомбинат» на иных региональных рынках незначительная по отношению к конкурентам, функционирующим на рынке реализации мороженого. Проведенный анализ сильных и слабых сторон конкурентов дает основания полагать, что данные производители более эффективно реализуют стратегию своего развития, что, в свою очередь, позволило им занять лидирующие позиции на рынке.

Также установлено, что реализация АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной политики находится на низком уровне, что выражается в низких капиталовложениях предприятия в развитие данного направления. При этом наибольшее внимание уделяется развитию предприятием маркетинговой деятельности.

Проведенный анализ деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» показал, что предприятие располагает неэффективными товарными группами, жизненный цикл которых находится на стадии спада. Производство данных товарных групп является нерентабельным и тормозит развитие предприятия, что, в свою очередь, находит отражение в низкой доле его присутствия на рынках реализации продукции.

Вышеуказанные факторы свидетельствуют о снижении уровня конкурентоспособности АО «Белгородский хладокомбинат» и подтверждают необходимость разработки мероприятий, направленных на повышение эффективности его функционирования на рынке пищевой отрасли.

Так, фактором повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке могут выступать инновации, поскольку субъекты предпринимательства, деятельность которых сопряжена с инновациями, являются более гибкими по отношению к внешнему окружению, в связи с чем, они способны более эффективно реагировать на изменения, происходящие во внешней среде. Кроме того, инновации позволяют хозяйствующим субъектам нарастить конкурентные преимущества, занять более выгодную позицию на рынке, а также повысить результаты финансово-хозяйственной деятельности, что на данном этапе развития анализируемого предприятия является необходимым направлением развития.

Однако необходимо учитывать, что инновационная деятельность в большей степени, чем другие виды деятельности сопряжена с рисками, в связи с чем, решение о ее реализации должно быть взвешенным и обоснованным. При этом для крупных

предприятий риск неудачи значительно ниже, поскольку величина вероятного риска будет перекрываться масштабами обычной хозяйственной деятельности.

Что касается рассматриваемого предприятия, необходимо отметить следующие ключевые моменты, свидетельствующие о том, что осуществление инновационной деятельности является довольно перспективным направлением на современном этапе его развития. Так, проведенный анализ показал, что предприятие имеет сравнительно хороший уровень финансовой независимости и располагает достаточным количеством собственных финансовых ресурсов, что также является одним из наиболее важных условий осуществления инновационной политики. Также установлено, что путем взаимоувязки сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами АО «Белгородский хладокомбинат» сможет эффективно организовать деятельность по внедрению инноваций, что, в свою очередь, повлечет за собой рост потребительского спроса, увеличение доли рынка, а также позволит предприятию наилучшим образом использовать имеющиеся производственные мощности.

Об успешности осуществления в перспективе рассматриваемым предприятием инновационной деятельности также свидетельствуют результаты анализа инновационного потенциала, который показал, что предприятие располагает высоким уровнем обеспеченности собственными ресурсами и за счет наличия достаточного количества собственных средств, АО «Белгородский хладокомбинат» сможет достаточно эффективно развиваться в инновационном направлении без внешних заимствований.

Основная причина реализации субъектами предпринимательства инновационной деятельности заключается в том, что все существующее рано или поздно устаревает, в связи с чем, требуется систематически анализировать свою деятельность на предмет наличия неэффективных товаров, технологий и исключать данные направления из текущей деятельности предприятия. Так, выявленные на основании проведенного анализа неэффективные товарные группы, не только приносят минимальный объем прибыли, но и тормозят

развитие предприятия. Это связано с тем, что с каждым годом данные категории товаров пользуются все меньшим потребительским спросом на рынке. Необходимо понимать, что дальнейшее производство данных категорий товаров неперспективно, в будущем вовсе может стать убыточным для производителя. В данной связи важным направлением совершенствования деятельности предприятия будет сокращение производства неэффективных товарных групп, что, в свою очередь, позволит высвободить из производства часть финансовых средств, и направить их в более перспективное на данный момент направление – осуществление инновационной деятельности.

Поскольку цель инновационной политики заключается в повышении уровня конкурентоспособности производимой субъектом предпринимательства продукции, а также улучшении финансовых показателей его деятельности, данное направление выступает ключевым фактором, способным позволить АО «Белгородский хладокомбинат» нарастить конкурентные преимущества на рынке производства и реализации мороженого. Это, в свою очередь, позволит наилучшим образом использовать имеющиеся у предприятия сильные стороны, а также ресурсный потенциал.

Кроме того, как показал анализ деятельности основных конкурентов, АО «Белгородский хладокомбинат» значительно уступает по конкурентным преимуществам рассмотренным производителям, поскольку они являются лидерами на российском рынке мороженого. Это позволяет утверждать, о том, что конкуренты эффективнее развивают деятельность. Как было отмечено, доля АО «Белгородский хладокомбинат» на российском рынке реализации мороженого составляет всего 3,2%, что также свидетельствует о необходимости поиска мероприятий повышения уровня конкурентоспособности, производимой им продукции и самого предприятия в целом. Данная задача также может быть решена посредством внедрения в повседневную деятельность предприятия инноваций, в связи с тем, что их внедрение в современный период развития

рыночных отношений выступает важным фактором развития и общества в целом.

Так, внедрение инновационной деятельности имеет большое значение в развитии производственных отношений. Поскольку роль инноваций в современном обществе возрастает, их реализация ставится основополагающим фактором экономического роста. При этом возрастающая роль инноваций обусловлена как самой природой рыночных отношений, так и необходимостью качественных преобразований в экономике.

Необходимость осуществления АО «Белгородский хладокомбинат» инноваций определяется также тем, что конкуренция, являясь движущей силой, обуславливающей необходимость нововведений, побуждает производителей повышать показатели своей производительности за счет внедрения новых технологий, а также новых или усовершенствованных товаров. Таким образом, решение задачи достижения рассматриваемым предприятием успеха на рынке требует осуществления новаторского предпринимательского подхода, суть которого заключается в поиске и реализации инноваций.

Уровень конкуренции, сложившийся на рынке производства и реализации мороженого, предопределяет необходимость наращивания АО «Белгородский хладокомбинат» конкурентных преимуществ. Именно конкуренция побуждает совершенствовать хозяйственную деятельность предприятия, а конкурентные преимущества достигаются путем реализации инноваций, поскольку внедрение их в предпринимательскую деятельность является своего рода двигателем прогресса.

Как показывает практика сложившихся на сегодняшний день на рынке экономических отношений, победителем в конкурентной борьбе за потребителя будет являться тот производитель, который наилучшим образом сможет удовлетворить потребительские ожидания, что невозможно без внедрения инноваций. Субъекты предпринимательства, осуществляющие деятельность на основе инновационного подхода, способны не только наиболее эффективно

удовлетворять существующие потребительские потребности, но и путем реализации инновационных продуктов способны создавать и удовлетворять новые потребности.

На современном этапе развития экономических отношений реализация субъектами предпринимательства инновационной деятельности оценивается как необходимая составляющая их развития, поскольку инновации выступают важным фактором повышения конкурентоспособности производимой продукции, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности предпринимательских структур. В данной связи инновации становятся неотъемлемой частью производственного процесса современных предприятий, целью которых является достижение высокой результативности финансово-хозяйственной деятельности.

Поскольку инновации являются важным условием выживания субъектов предпринимательства в конкурентной среде, это обуславливает необходимость осуществления АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной деятельности на современном этапе его развития, в связи с тем, что инновации позволят наилучшим образом удовлетворить существующую на рынке потребительскую потребность и, тем самым будут способствовать повышению конкурентоспособности предприятия на рынке.

Инновационная деятельность в последнее время становится все более значимым элементом общей стратегии развития субъекта предпринимательской деятельности. Для того чтобы занять на рынке лидирующие позиции, субъекты хозяйствования должны не только ориентироваться на снижение издержек своей основной производственной деятельности с целью удержания позиций в ценовой конкуренции, но и должны мыслить стратегически в направлении инновационного развития. Субъекты предпринимательства, которые первыми представили рынку инновационные товары, пользуются определенными преимуществами и получают повышенный уровень дохода. В данной связи инновации на современном этапе развития экономики занимают важное место в

деятельности субъектов предпринимательской деятельности и выступают основой экономического роста, а также благосостояния экономики и общества в целом.

Необходимость осуществления АО «Белгородский хладокомбинат» подтверждают данные Федеральной службы государственной статистики, согласно которым инновационная деятельность на сегодняшний день является достаточно перспективным направлением функционирования субъектов предпринимательства, о чем свидетельствуют сведения, представленные в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Основные показатели инновационной деятельности

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами в целом по стране, млн. руб.	41233490,9	45525133,8	51316283,5
в том числе в том числе: инновационные товары, работы, услуги, млн. руб.	3579923,8	3843428,7	4364321,7
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %	8,2	7,9	8,4
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами в Центральном федеральном округе, млн. руб.	11314364,2	11664733,5	14468151,9
в том числе в том числе: инновационные товары, работы, услуги, млн. руб.	1091170,3	1491536,1	1677915,6
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами в Белгородской области, млн. руб.	529776,7	590051,8	776873,6
в том числе в том числе: инновационные товары, работы, услуги, млн. руб.	23098,3	29348,1	56411,5

Источник: [109]

Сведения, указанные в выше представленной таблице, свидетельствуют о том, что осуществление инновационной деятельности на современном этапе формирования и развития рыночных отношений выступает достаточно важным направлением развития субъектов предпринимательства. Это подтверждает

динамика роста инновационных товаров, работ, услуг в общем количестве отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами как в целом по стране, так и в Центральном федеральном округе, а также и в Белгородской области.

Вышеуказанные факты свидетельствуют о необходимости осуществления АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной деятельности, поскольку данное направление является довольно актуальным и перспективным, что подтверждается данными Федеральной службы государственной статистики, которые свидетельствуют о росте инновационной активности субъектов предпринимательской деятельности. Так, внедрение инноваций в деятельность АО «Белгородский хладокомбинат» будет способствовать наращиванию его конкурентных преимуществ, что, в свою очередь, позволит наилучшим образом использовать имеющиеся у производителя производственные мощности и ресурсный потенциал.

Таким образом, необходимо отметить, что перспективным направлением развития АО «Белгородский хладокомбинат» является осуществление предприятием инновационной деятельности, поскольку данное направление довольно актуально в современный период развития экономики. Кроме того, установленные негативные тенденции развития рассматриваемого предприятия, подтверждают необходимость внедрения в его деятельность мероприятий, способствующих повышению эффективности его функционирования на рынке пищевой отрасли. Так, сложившийся на рынке высокий уровень конкуренции, а также снижение показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия, подтверждают необходимость осуществления инновационной деятельности, поскольку именно инновации выступают фактором повышения эффективности функционирования субъектов предпринимательства в условиях рынка. В данной связи, АО «Белгородский хладокомбинат» реализую инновационную деятельность, сможет повысить свою конкурентоспособность, что, в свою очередь, будет способствовать росту прибыли предприятия.

3.2. Формирование модели управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат»

В процессе анализа деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» были установлены определенные недостатки, которые тормозят развитие предприятия, что, в свою очередь, находит отражение в снижении показателей прибыли и рентабельности, а также снижении уровня конкурентоспособности на рынке. Установлено, что важным направлением повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли является осуществление инновационной деятельности, что на текущий момент времени недостаточно развито исследуемым предприятием.

В данной связи АО «Белгородский хладокомбинат» предлагается развивать свою деятельность в инновационном направлении, что является довольно актуальным на современном этапе развития экономики, поскольку способствует наращиванию конкурентных преимуществ, а также позволяет улучшить показатели финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства.

Механизмом, побуждающим на поиск новых методик осуществления инновационной деятельности субъектами предпринимательства, выступает конкуренция. Производители, деятельность которых не ориентирована на внедрение инноваций рискуют стать убыточными и потерять рынок сбыта производимой ими продукции.

Возникшая проблемная ситуация в АО «Белгородский хладокомбинат», характеризующаяся снижением финансовых показателей предприятия, низкой долей присутствия на рынках реализации продукции, наличием неэффективных устаревших товарных групп, не приносящих предприятию заданного уровня прибыли, выступает мотивом для разработки мероприятий, нацеленных на повышение уровня его конкурентоспособности.

Результатом внедрения в текущую деятельность АО «Белгородский хладокомбинат» инноваций станет укрепление его позиций по отношению к

основным конкурентам, что, будет способствовать в перспективе повышению выживаемости рассматриваемого предприятия в конкурентной борьбе за рынок сбыта продукции.

На сегодняшний день имеется определенное количество моделей реализации субъектами предпринимательской деятельности инновационного процесса. Однако существующие модели имеют определенные недостатки, которые выражаются в сложности и трудоемкости применения данных моделей на практике, что, определяет необходимость построения модели управления инновационной деятельностью применительно к АО «Белгородский хладокомбинат», которая, в свою очередь, может быть применима и к иным субъектам предпринимательства, функционирующим на рынке пищевой отрасли.

На основании анализа разработанных различными исследователями моделей осуществления инновационной деятельности предложим собственную модель управления инновационной деятельностью применительно к субъектам предпринимательства, функционирующим на рынке пищевой отрасли. Данная модель будет являться расширенной моделью последовательно-параллельного осуществления инновационной деятельности, поскольку предусматривает детальную разбивку основных стадий инновационного процесса на отдельные взаимозависимые составляющие и включает в себя следующие основные мероприятия:

- выявление и анализ сложившейся проблемной ситуации;
- анализ инновационного потенциала субъекта предпринимательства;
- взвешенная оценка преимуществ от внедрения инноваций и вероятных рисков от осуществления инновационной деятельности;
- разработка концепции и вариантов инновационного решения возникшей проблемы;
- осуществление маркетинговых исследований рынка реализации нового продукта;

- выбор оптимального варианта инновационного развития;
- разработка и реализация инновационного проекта;
- оценка экономической эффективности инновационного проекта;
- принятие решения о продолжении реализации инновационного проекта либо об отказе от инноваций;
- организация производства опытной партии нового или улучшенного продукта;
- осуществление маркетинговой деятельности по продвижению нового продукта;
- организация производства нового или улучшенного продукта.

Данная модель отражает системные свойства сложного инновационного процесса, а также рассматривает системное взаимодействие его элементов как управленческий ресурс, позволяющий повысить результативность показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

В предлагаемой модели осуществления инновационной деятельности предприятиями пищевой отрасли важной составляющей инновационного процесса выступает маркетинговая составляющая, а именно проведение маркетинговых исследований уже в начале осуществления инновационной деятельности при анализе сложившейся проблемной ситуации, а также при формировании вариантов инновационного решения, на стадиях анализа и выбора наиболее перспективного варианта. Маркетинговая составляющая в разработанной модели также имеет место на стадии организации производства опытной партии нового или улучшенного продукта, что выражается в продвижении инновационного продукта.

Обобщив теоретические аспекты и практические подходы формирования инновационной политики субъектами предпринимательства в целях повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке, построим модель управления инновационной деятельностью (рис. 3.1).

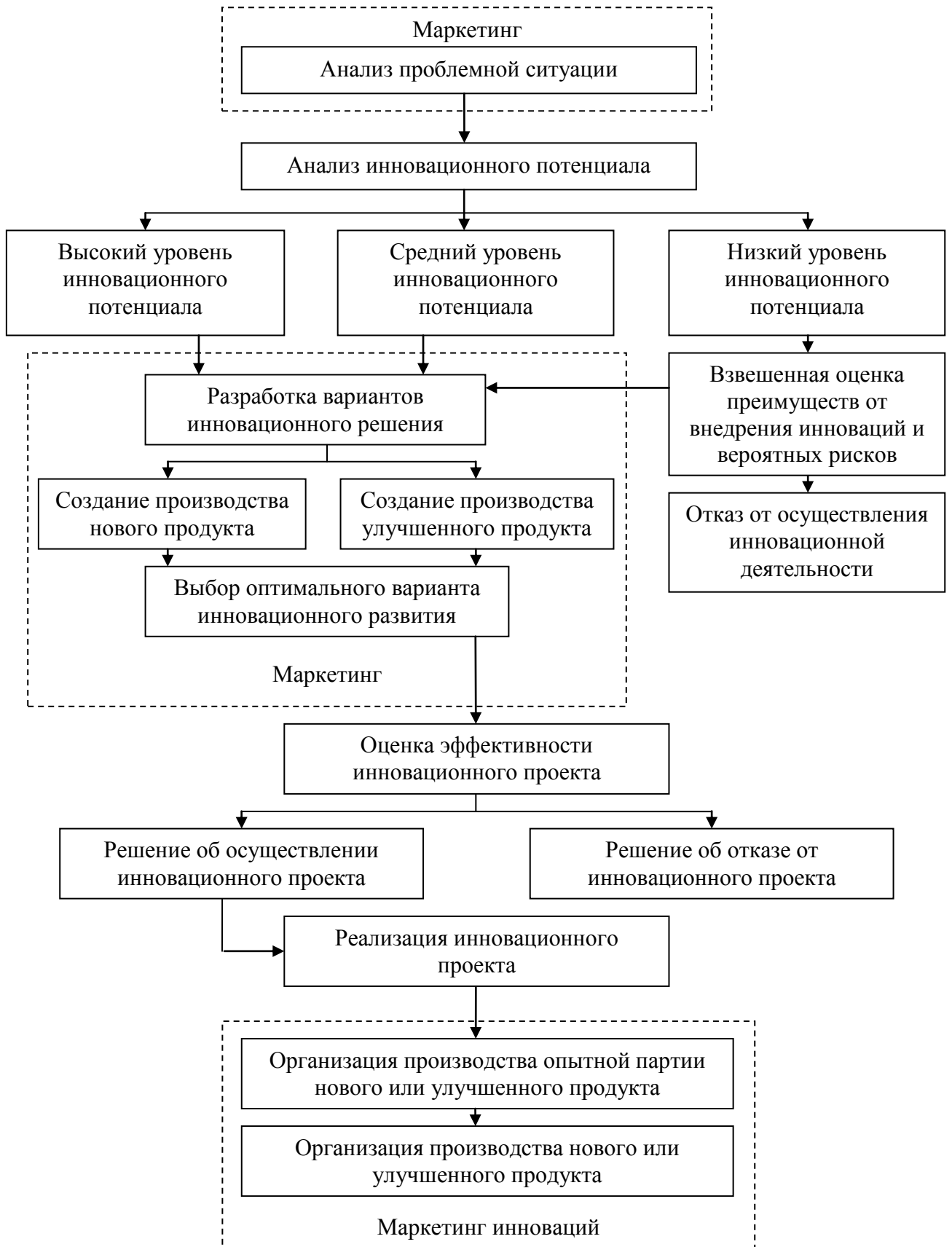


Рис. 3.1. Модель управления инновационной деятельностью
АО «Белгородский хладокомбинат»

В целях повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке построена модель управления инновационной деятельностью предприятий пищевой отрасли. Рассмотрим подробнее этапы инновационного развития субъектов предпринимательства на основании построенной модели управления инновационной деятельностью.

Начальным этапом осуществления субъектом предпринимательства инновационной деятельности согласно предложенной модели выступает анализ проблемной ситуации. На данном этапе имеет место выявление несоответствия между желаемым и фактическим положением субъекта предпринимательской деятельности. Так, данный этап предполагает осуществление таких мер, как анализ финансово-хозяйственной деятельности субъекта предпринимательства, анализ внешнего окружения, определение основных конкурентов и выявление сильных и слабых сторон их деятельности и иных мер, позволяющих выявить причины негативной тенденции развития хозяйствующего субъекта, явившейся мотивом снижения уровня конкурентоспособности.

После определения причин, оказывающих негативное воздействие на развитие субъекта предпринимательства на рынке, необходимо проведение анализа инновационного потенциала хозяйствующего субъекта, поскольку инновационный потенциал является основополагающим фактором готовности субъекта предпринимательства к выполнению мероприятий, необходимых для достижения поставленной инновационной цели. Так, анализ инновационного потенциала позволяет определить степень готовности к осуществлению инновационной деятельности и внедрению инноваций.

В зависимости от состояния инновационного потенциала этапами на пути к инновационной деятельности могут выступать два направления. Так, при достаточном уровне инновационного потенциала следующим этапом будет являться разработка вариантов инновационного решения и принятие решения о создании производства нового или улучшенного продукта. В том случае, если субъект предпринимательской деятельности располагает низким уровнем

инновационного потенциала, необходимо проведение взвешенной оценки преимуществ от внедрения инноваций и вероятных рисков от осуществления инновационной деятельности. Если вероятный положительный результат от внедрения инноваций оправдывает вероятность наступления рисков, связанных с реализацией инновационной деятельности, субъектом предпринимательства осуществляется разработка вариантов инновационного решения и принимается решение о создании производства нового или улучшенного продукта.

Следующим важным этапом инновационной деятельности выступает проведение маркетинговых исследований, результаты которых позволят определить потребность в инновационном проекте, а также выявить будущих потребителей. Инновационный маркетинг состоит в изучении характера конкуренции, сложившейся на рынке, и возможностей субъекта осуществлять успешную инновационную деятельность в данных условиях. Маркетинговые исследования позволяют определить оптимальный вариант инновационного развития и спрогнозировать спрос на новый или усовершенствованный продукт.

После того, как сделан выбор оптимального варианта инновационного развития, в целях снижения уровня риска инновационной деятельности, необходимо оценить эффективность разработанного инновационного проекта и определить перспективность его осуществления. В случае если инновационный проект будет эффективен для данного субъекта предпринимательства, принимается решение о реализации данного инновационного проекта.

Следующим этапом выступает организация производства опытной партии нового или улучшенного продукта. Неотъемлемым направлением данного этапа выступает маркетинг инноваций, целью которого на данном этапе является продвижение нового или усовершенствованного продукта с помощью разного рода маркетинговых инструментов.

Последним этапом разработанной модели управления инновационной деятельностью выступает организация производства нового или улучшенного

продукта. На данном этапе предполагается, что введенный в производственный процесс товар уже известен целевой аудитории, и он находится на стадии роста жизненного цикла, принося уже на данном этапе предприятию определенный объем прибыли.

Необходимо отметить, что осуществление инновационной деятельности должно быть неразрывно связано с общей стратегией развития субъекта предпринимательства. Стратегия развития любого хозяйственного субъекта нацелена на получение максимального уровня прибыли, достижение стабильного и долгосрочного конкурентного преимущества, что зачастую не может быть достигнуто без осуществления инновационной деятельности, основанной на непрерывном мониторинге рынка реализации продукции, маркетинговых исследованиях.

Отличительной особенностью построенной нами модели управления инновационной деятельностью выступает маркетинг. Необходимо отметить, что существующие на сегодняшний день модели управления инновационной деятельностью не носят рыночной направленности, а исходят из внутренних возможностей субъекта предпринимательства, в большей мере ориентированы на его внутренний потенциал. Так, в традиционных моделях с маркетингом связаны, в основном, предпроизводственные этапы, связанные с изучением рынка и определением перспективного спроса, а также на стадии производства нового продукта. Таким образом, согласно построенной модели, маркетинг сопровождает практически весь ход инновационного процесса.

Построенная модель управления инновационной деятельностью позволит субъектам предпринимательской деятельности, функционирующим на рынке пищевой отрасли получить адекватную оценку их текущего финансового состояния, положения на рынке относительно основных конкурентов, а также на основе анализа инновационного потенциала и маркетинговых исследований установить стратегические альтернативные варианты дальнейшего их развития с учетом инновационной составляющей.

Поскольку существующие на сегодняшний день модели управления инновационной деятельностью ориентированы в большей мере на внутренний потенциал субъекта предпринимательства, и в меньшей мере ориентированы на рынок, а также являются довольно сложными и трудоемкими для предприятий, функционирующих на рынке пищевой отрасли, предложена модель управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат», использование которой, по нашему мнению, позволит предприятию эффективно осуществлять инновационную деятельность.

В предложенной модели управления инновационной деятельностью важную роль выполняет контроллинг, который сопровождает инновационный процесс на каждом из его этапов. Осуществление функций контроллинга необходимо при реализации инновационной деятельности, поскольку проведение оперативного контроля позволяет установить отклонения, возникшие на том или ином этапе реализуемого инновационного процесса на ранних стадиях и предпринять необходимые меры по корректировке инновационного проекта (рис. 3.2).

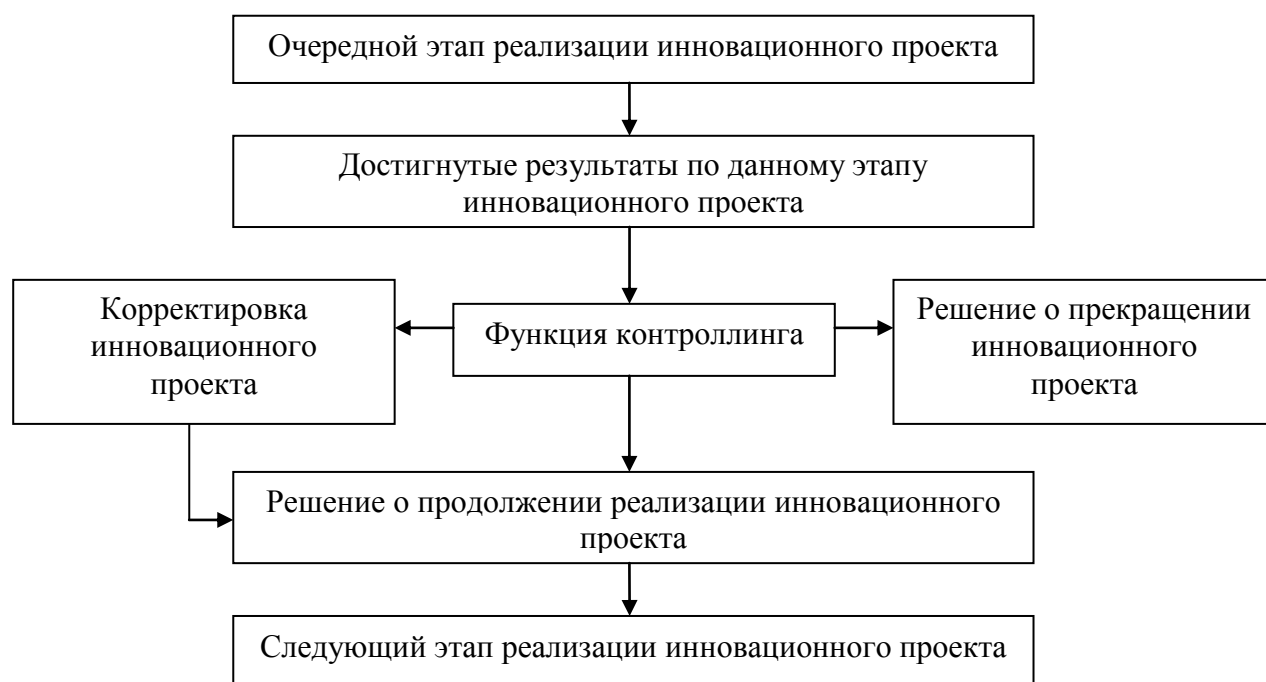


Рис. 3.2. Функция контроллинга на отдельных этапах модели управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат»

С учетом существующих на сегодняшний день моделей управления инновационной деятельностью, предложена модель, в которой представляется целесообразным введение в инновационный цикл функции контроллинга, который выполняет роль сопровождения на всех стадиях инновационной деятельности. На текущий момент времени в экономической литературе имеется достаточное количество работ о методах и формах контроллинга, однако, число работ, освещающих его порядок его практического применения в инновационной сфере немного.

Контроллинг имеет определяющее значение в осуществлении субъектами предпринимательства инновационной деятельности, поскольку его сущность заключается в оперативном управлении и реализации непрерывного контроля за осуществлением инновационного проекта на каждом из его этапов. В данной связи, можно утверждать, что функция контроллинга вносит определяющий вклад в разработку и реализацию управленческих решений, связанных с осуществлением хозяйствующими субъектами инновационной деятельности, поскольку позволяет снизить уровень риска на всех этапах реализации инновационного проекта.

Поскольку инновационная деятельность является довольно рискованным направлением развития хозяйствующих субъектов, требующим определенного уровня капиталовложений, ее осуществление вместо ожидаемых конкурентных преимуществ может принести существенные финансовые потери. В данной связи контроллинг выступает механизмом, позволяющим хозяйствующим структурам достичь максимального уровня эффективности при минимальных рисках. В связи с тем, что функция контроллинга оказывает определяющее значение на эффективность инновационного развития, в предложенной модели управления инновационной деятельностью субъектов предпринимательства, она сопровождает весь цикл внедрения инноваций.

Применительно к АО «Белгородский хладокомбинат» построенная модель управления инновационной деятельностью позволит анализируемому

предприятию ориентировать свою деятельность в направлении инновационного развития, будет способствовать повышению его конкурентоспособности и, как следствие, росту прибыли. Кроме того, реализация на практике инновационной деятельности на основе построенной модели на практике представляет АО «Белгородский хладокомбинат» возможность получения реальной оценки текущего состояния предприятия, его инновационного потенциала, выявлению сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, а также позволит выработать и рационально внедрить стратегические альтернативы дальнейшего развития инновационной деятельности.

По нашему мнению построенная модель управления инновационной деятельностью позволит АО «Белгородский хладокомбинат» повысить его конкурентоспособность на рынке, а также улучшить показатели финансово-хозяйственной деятельности.

Таким образом, фактором, способствующим повышению эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли выступают инновации, поскольку осуществление инновационной деятельности способствует наращиванию конкурентных преимуществ, а также позволяет повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства. В данной связи в целях повышения результативности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке построена модель управления инновационной деятельностью субъектов предпринимательства. Необходимыми составляющими предложенной модели выступают маркетинг и функция контроллинга, которые позволяют достичь максимального уровня эффективности от инновационной деятельности при минимальных рисках. Построенная модель управления инновационной деятельностью может быть применена и иными хозяйствующими субъектами, поскольку будет способствовать повышению уровня их конкурентоспособности на рынке.

3.3. Повышение эффективности функционирования предприятия на основе сформированной модели управления инновационной деятельностью

Проведенный анализ эффективности деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» показал негативные тенденции развития предприятия, которые выражаются в снижении финансово-экономических показателей, а также недостаточном уровне его конкурентоспособности по отношению к основным конкурентам. В данной связи предприятию предложено осуществлять свою деятельность в инновационном направлении, что на сегодняшний день является довольно актуальным и перспективным, поскольку позволяет субъектам предпринимательства нарастить конкурентные преимущества, и, как следствие, повысить результативность финансово-хозяйственной деятельности.

Поскольку по нашему мнению существующее на сегодняшний день многообразие моделей управления инновационной деятельностью субъектов предпринимательства представляется довольно трудоемким и тяжелым в своем понимании, а также в незначительной степени ориентировано на рынок, а характеризуется внутренней направленностью, была построена модель управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат» с целью повышения его эффективности функционирования на рынке пищевой отрасли.

Отличительными характеристиками построенной модели выступают детальная разбивка основных стадий инновационного процесса на отдельные взаимозависимые составляющие, высокая роль маркетинга и функции контроллинга на всех этапах инновационного проекта, а также относительная несложность ее практического применения.

Рассмотрим на практическом уровне механизм применения построенной модели управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат», что позволит оценить эффективность данной модели и позволит сформировать выводы относительно эффективности ее применения на иных предприятиях, функционирующих на рынке пищевой отрасли как

механизма повышения конкурентоспособности и улучшения финансовых показателей, что выражается в приросте прибыли.

Так, первоначальным этапом построенной модели выступает анализ сложившейся на предприятии проблемной ситуации. Данный этап предполагает выявление основных причин неудовлетворительного положения предприятия, сопоставление текущего его положения с желаемым. Важную роль на данном этапе играют маркетинговые исследования, сущность которых заключается в анализе рыночной конъюнктуры, анализе деятельности основных конкурентов, установлении их сильных и слабых сторон, сопоставление текущего положения предприятия с положением конкурентов на рынке реализации продукции, иными словами, данный этап предполагает проведения анализа внешнего окружения предприятия.

Так, проведенный во второй главе исследования анализ внешнего окружения АО «Белгородский хладокомбинат» показал, что предприятие располагает недостаточным уровнем конкурентоспособности, поскольку уступает по конкурентным позициям иным игрокам, функционирующим на рынке, что, в свою очередь, находит отражение в низкой доле предприятия на рынке его присутствия. Кроме того, проведенный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия показал ухудшение его финансовых показателей, а именно было установлено снижение показателя уровня прибыли в рассматриваемом периоде, что свидетельствует о наличии негативных тенденций в функционировании рассматриваемого предприятия.

Кроме того, установлено, что АО «Белгородский хладокомбинат» располагает в товарном ассортименте неэффективными товарными группами, жизненный цикл которых находится на стадии спада, что находит отражение в снижении показателей эффективности функционирования рассматриваемого предприятия. Так, важным направлением повышения результативности деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» может выступать сокращение производства данных категорий товаров.

Поскольку было установлено, что важным фактором повышения эффективности функционирования субъектов предпринимательства на рынке выступают инновации, АО «Белгородский хладокомбинат» предложено осуществлять свое развитие в инновационном направлении, что позволит повысить результативность его деятельности. Необходимым мероприятием на пути внедрения в текущую деятельность предприятия инноваций выступает анализ инновационного потенциала.

Проведенный во второй главе работы анализ инновационного потенциала показал, что АО «Белгородский хладокомбинат» имеет достаточно высокий уровень инновационного потенциала, что позволит предприятию осуществлять инновационную деятельность эффективно и без необходимости внешних заимствований. Кроме того, проведенный SWOT-анализ свидетельствует о том, что путем взаимоувязки сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами имеется перспектива эффективного осуществления рассматриваемым предприятием инновационной деятельности, что также подтверждает перспективность развития АО «Белгородский хладокомбинат» данного направления.

В связи тем, что АО «Белгородский хладокомбинат» располагает достаточно высоким уровнем инновационного потенциала, для предприятия возможны варианты инновационного решения – создание производства нового продукта, создание производства улучшенного продукта. Выбор того или иного варианта инновационного развития должен быть взвешенным и основанным на результатах маркетинговых исследований, которые на данном этапе заключаются в изучении предпочтений потенциальных потребителей предприятия и разработке вариантов наилучшего удовлетворения выявленной потребительской потребности.

На основе маркетинговых исследований, роль которых представляется достаточно существенной в построенной модели управления инновационной деятельностью, осуществляется выбор оптимального варианта инновационного

развития предприятия. На данном этапе АО «Белгородский хладокомбинат» необходимо оценить ситуацию, сложившуюся на текущий момент времени на рынке, выявить скрытую либо видимую потребительскую потребность и направить имеющийся инновационный потенциал на наиболее эффективное удовлетворение ожиданий потребителей путем производства нового или усовершенствованного продукта, что, в свою очередь, позволит наилучшим образом использовать имеющиеся у предприятия производственные мощности и позволит повысить результативность его деятельности.

Важным этапом осуществления инновационной деятельности согласно построенной модели выступает оценка эффективности инновационного проекта, которая будет являться подтверждением того, что реализация АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной деятельности принесет ему успех на рынке и будет способствовать росту прибыльности.

Оценка эффективности инновационного проекта выступает опорной точкой для принятия решения о целесообразности дальнейшего осуществления инновационного проекта. В случае если проведенная оценка экономической эффективности покажет неудовлетворительные результаты от реализации данного инновационного проекта, будет иметь место принятие решения об отказе от инновационного проекта. Если будет установлена достаточная отдача финансовых ресурсов от реализации инновационного проекта, принимается решение о продолжении его осуществления.

Очередными этапами, следующими за этапом принятия решения об осуществлении инновационного проекта согласно разработанной модели, выступают реализация инновационного проекта и организация производства опытной партии нового или улучшенного продукта. На данном этапе также важную роль играет маркетинг инноваций, основной целью которого в данной ситуации будет являться распространение предприятием информации о новом продукте с целью знакомства его с целевой аудиторией и доведения до потенциальных потребителей. Заключительным этапом построенной модели

будет выступать организация производства АО «Белгородский хладокомбинат» нового или улучшенного продукта.

На основе построенной модели выявлены слабые стороны предприятия, что обусловило необходимость анализа инновационного потенциала, который, в свою очередь, показал необходимость повышения эффективности деятельности АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли путем реализации инновационной деятельности, что на современном этапе развития экономики является довольно актуальным и перспективным направлением развития субъектов предпринимательства.

Перспективность применения АО «Белгородский хладокомбинат» построенной модели управления инновационной деятельностью обусловлена, прежде всего, высокой ориентацией на рынок, поскольку маркетинговые исследования выступают необходимым звеном инновационного развития предпринимательских структур на современном этапе развития рыночных отношений и от их результата зависит эффективность инновационной деятельности предприятия. Поскольку существующие традиционные модели управления инновационной деятельностью носят внутренний характер, использование АО «Белгородский хладокомбинат» построенной модели позволит повысить результативность его функционирования.

Необходимо отметить, что построенная модель управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат» может быть применима и иными хозяйствующими структурами, в связи с тем, что будет способствовать повышению уровня их конкурентоспособности на рынке и прибыльности.

По нашему мнению, построенная модель управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат» позволит субъектам предпринимательской деятельности, функционирующим на рынке получить адекватную оценку их текущего финансового состояния, положения на рынке относительно их основных конкурентов, а также на основе анализа

инновационного потенциала и маркетинговых исследований установить стратегические альтернативные варианты дальнейшего их развития с учетом инновационной составляющей.

Поскольку инновационная деятельность является довольно рискованным направлением развития хозяйствующих субъектов, в построенной модели неотъемлемой составляющей инновационного процесса является контроллинг, который выступает механизмом, позволяющим хозяйствующим субъектам достичь максимального уровня эффективности при минимальных рисках. В связи с тем, что функция контроллинга оказывает непосредственное воздействие на эффективность инновационного развития, в предложенной модели управления инновационной деятельностью, она сопровождает весь цикл внедрения инноваций.

Таким образом, по нашему мнению построенная модель управления инновационной деятельностью позволит АО «Белгородский хладокомбинат» повысить его конкурентоспособность на рынке, а также улучшить показатели финансово-хозяйственной деятельности. Кроме того, применение на практике построенной модели позволит, на наш взгляд, и иным субъектам предпринимательства повысить эффективность управления инновационной деятельностью, поскольку реализация инноваций на ее основе позволит производителю оценить масштаб проблемной ситуации и разработать путем анализа инновационного потенциала рациональный вариант инновационного развития на основе маркетинговой составляющей.

В данной главе понятие инновации рассмотрено как фактор повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли, построена модель управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат», обосновано повышение эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на основе построенной модели. Установлено, что инновации выступают важным фактором повышения эффективности функционирования АО «Белгородский

хладокombинат» на рынке пищевой отрасли, в связи с чем, реализуя инновационную деятельность, предприятие сможет повысить свою конкурентоспособность, а также и уровень прибыли. В целях повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокombинат» на рынке построена модель управления инновационной деятельностью, поскольку существующие на сегодняшний день модели являются довольно трудоемкими и тяжелыми в своем понимании, что существенно затрудняет их практическое применение, а также в меньшей степени ориентированы на рынок, а ориентированы на исследование внутреннего положения предприятия. В качестве необходимых составляющих предложенной модели выступают маркетинг и функция контроллинга, которые позволят достичь максимального уровня эффективности от инновационной деятельности при минимальных рисках. По нашему мнению построенная модель управления инновационной деятельностью может быть применена на практике и иными субъектами предпринимательства, поскольку будет способствовать повышению уровня их конкурентоспособности на рынке. Практическое применение построенной модели позволит АО «Белгородский хладокombинат» и иным заинтересованным субъектам адекватно оценить возникшую проблемную ситуацию, а проведение анализа инновационного потенциала позволит выбрать оптимальный вариант инновационного развития и при этом рационально использовать имеющиеся у предприятия ресурсы. Таким образом, осуществление АО «Белгородский хладокombинат» инновационной деятельности на основе построенной модели позволит повысить уровень его конкурентоспособности, занять более выгодное положение на рынке пищевой отрасли, и, следовательно, принесет предприятию дополнительный объем прибыли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью диссертационного исследования явились проведение анализа инновационной деятельности и совершенствование системы управления инновационной деятельностью АО «Белгородский хладокомбинат».

Рассмотрены теоретические основы формирования инновационной политики в системе предпринимательства. Представлена экономическая сущность инновации и инновационной деятельности в системе предпринимательства, посредством чего установлено, что на современном этапе развития рыночных отношений перспективным направлением функционирования хозяйствующих субъектов является осуществление инновационной деятельности, поскольку нестабильность внешнего окружения обуславливает необходимость поиска предпринимателями рационального пути развития, что реализуемо путем внедрения и осуществления инновационной деятельности.

Охарактеризовано значение инноваций для усиления конкурентной позиции субъектов предпринимательства в условиях рынка. Так, установлено, что в условиях современного рынка инновации выступают важным фактором, способствующим усилению конкурентной позиции предпринимательских структур, а также представляют им возможность в перспективе повысить результативность показателей финансово-хозяйственной деятельности за счет наилучшего удовлетворения потребностей рынка, совершенствования методов производства, внедрения новых технологий.

Рассмотрена характеристика методологических подходов к оценке инновационного потенциала субъектов предпринимательства. Установлено, что успешность инновационной политики определяется состоянием инновационного потенциала хозяйствующего субъекта, а его анализ выступает основной для принятия решения о перспективности осуществления инновационной деятельности, поскольку позволяет сформировать рациональные пути развития в рамках общей стратегии субъекта предпринимательства.

Представлена организационно-экономическая характеристика АО «Белгородский хладокомбинат» и проведен анализ его положения на рынке пищевой отрасли. Анализ финансово-хозяйственной деятельности позволил установить тенденцию снижения уровня прибыли и показателя рентабельности предприятия. Анализ внешнего окружения, в свою очередь, показал, что основным потребителем предприятия выступает местный рынок – рынок Белгородской области. Доля присутствия предприятия на иных региональных рынках довольно низкая по отношению к конкурентам, что обуславливает необходимость осуществления объектом исследования мероприятий, которые позволят нарастить конкурентные преимущества и улучшить его финансовые показатели.

Проведен анализ инновационного потенциала АО «Белгородский хладокомбинат», который позволил установить, что предприятие располагает достаточным количеством собственных финансовых ресурсов, что, в свою очередь, является необходимым условием для успешного осуществления инновационной политики. Также анализ инновационного потенциала позволил установить, что за счет грамотной взаимоувязки имеющихся сильных и слабых сторон с учетом возможностей и угроз, стоящих перед предприятием, может быть эффективно организована деятельность по внедрению инноваций, что позволит предприятию повысить уровень его конкурентоспособности, а также наилучшим образом использовать производственные мощности. Поскольку реализация инновационной политики требует значительных капиталовложений, АО «Белгородский хладокомбинат» за счет достаточного количества собственных средств сможет эффективно развиваться в инновационном направлении без внешних заимствований.

Проанализированы основные направления и особенности формирования АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной политики, что позволило утверждать о том, что осуществление предприятием инновационной политики находится на низком уровне, о чем свидетельствует низкие финансовые

вложения в данное направление деятельности. Кроме того, установлено, что предприятие располагает неэффективными товарными группами, которые находятся на стадии спада жизненного цикла и производство которых тормозит деятельность предприятия.

Рассмотрено понятие инноваций как фактора повышения эффективности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке пищевой отрасли. Установлено, что негативные тенденции развития предприятия, подтверждают перспективность осуществления предприятием инновационной деятельности, поскольку внедрение инноваций позволит АО «Белгородский хладокомбинат» повысить уровень конкурентоспособности, что, в свою очередь, будет способствовать росту результативности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

В целях повышения результативности функционирования АО «Белгородский хладокомбинат» на рынке построена модель управления инновационной деятельностью, поскольку существующие на сегодняшний день модели являются довольно трудоемкими и тяжелыми в своем понимании, что существенно затрудняет их использование на практике. К тому же традиционные модели в меньшей мере ориентированы на рынок, а исходят из внутренних возможностей предприятия. Отличительными характеристиками построенной модели, выступают относительная простота ее практического применения субъектами хозяйствования, высокая роль маркетинга, а также особое значение функции контроллинга на каждом из ее этапов, что позволит АО «Белгородский хладокомбинат» достичь максимального уровня эффективности от инновационной деятельности при минимальных рисках. На наш взгляд построенная модель управления инновационной деятельностью может быть применена и иными хозяйствующими субъектами, поскольку будет способствовать повышению уровня их конкурентоспособности на рынке, а также позволит повысить результативность их финансово-хозяйственной деятельности.

Установлено, что осуществление АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной деятельности на основе построенной модели позволит повысить эффективность его функционирования на рынке. Так, реализация АО «Белгородский хладокомбинат» инновационной политики посредством сформированной модели предоставит возможность адекватно оценить масштаб проблемной ситуации и путем анализа инновационного потенциала позволит разработать оптимальный вариант инновационного развития и при этом рационально использовать имеющиеся у предприятия ресурсы. Кроме того, инновационное развитие АО «Белгородский хладокомбинат» с учетом разработанных положений позволит предприятию занять выгодное положение на рынке, и, следовательно, принесет дополнительный уровень прибыли. В данной связи, можно утверждать, что осуществление инновационной деятельности на основе построенной модели позволит и иным субъектам предпринимательства повысить эффективность их функционирования на рынке.

Положения и выводы диссертационного исследования дают руководству АО «Белгородский хладокомбинат» и другим заинтересованным субъектам предпринимательства необходимую теоретическую и методическую информацию по повышению эффективности их функционирования на рынке путем реализации инновационной деятельности.

Таким образом, поставленная цель выпускной квалификационной работы достигнута, задачи выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об акционерных обществах [Электронный ресурс] : фед. закон: от 26.12.1995 г. № 2008-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
2. О науке и государственной научно-технической политике [Электронный ресурс] : федер. закон: от 23 авг.1996 г. № 127-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
3. Аврашков, Л.Я. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник / Л.Я. Аврашков. – М. : ИНФРА, 2015. – 374 с.
4. Агапова, Т.А. Макроэкономика [Текст] : учеб. пособие / Т.А. Агапова. – М. : Дело и сервис, – 2016. – 416 с.
5. Агеева, Т.Б. Стратегическое развитие организаций [Текст] / Т.Б. Агеева // Аудит и Финансовый анализ. – 2015. – № 6. – С. 44-48.
6. Акмаева, Р.И. Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере [Текст] : учеб. пособие / Р.И. Акмаева. – Рн/Д: Феникс, 2015. – 541 с.
7. Акулич, И.Л. Маркетинг [Текст] : учебник / И.Л. Акулич. – Мн. : Выш. шк., 2014. – 314 с.
8. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга: [Текст] : учеб. пособие / А.В.Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М. : Либроком, 2015. – 242 с.
9. Анисимов, Ю.П. Инновационный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Ю.П. Анисимов, Е.В. Солнцева. – Воронеж : ГОУВПО «Воронежский государственный технический университет», 2015. – 126 с.

10. Аньшин, В.М. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития [Текст] : учеб. пособие / В.М. Аньшин, А.А. Дагаев. – М. : Дело, 2016. – 479 с.

11. Бабанова, Ю.В. Методы оценки инновационной деятельности организации [Текст] / Ю.В. Бабанова, В.П. Горшенин // Вестник ЮУрГУ. – 2016. – № 22. – С. 42-45.

12. Бляхман, Л.С. Инновации [Текст] : учеб. пособие / Л.С. Бляхман. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 288 с.

13. Барамыко, Л.В. Методические подходы к разработке модели эффективного управления товарной политикой предприятия [Текст] / Л.В. Барамыко // Российское предпринимательство. – 2016. – № 24. – С. 84-92.

14. Баранова, И.В. Методические подходы к оценке инновационной активности и инновационного потенциала [Текст] / И.В. Баранова // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 2. С. 107-112.

15. Баранчеев, В.П. Управление инновациями [Текст] : учеб. пособие / В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова. – М. : Юрайт, 2016. – 149 с.

16. Барышева, А.В. Инновационный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / А.В. Барышева. – М. : Дашков и К, 2015. – 384 с.

17. Батурина, Н.А. Теоретические основы инновационного анализа хозяйствующего субъекта [Текст] / Н.А. Батурина // Инновации в науке. – 2016. – № 4. С. 124-131.

18. Божук, С.Г. Маркетинг и поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие / С.Г. Божук. – М. : Инфра-М, 2015. – 264 с.

19. Болвачев, А.А. Развитие методов анализа и оценки инновационной деятельности по созданию высокотехнологичной продукции [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук / А.А. Болвачев. – Москва. 2015. – 89 с.

20. Борисов, С.А. Сравнительный анализ проектного и процессного подходов в управлении инновационной деятельностью [Текст] / С.А. Борисов, А.Ф. Плеханова // Российское предпринимательство. – 2014. – № 2. С. 106-115.

21. Бородинова, Е.В. Эффективное управление ассортиментом товаров с учетом особенностей сегментов потребителей [Текст] / Е.В. Бородинова // Журнал экономической теории. – 2015. – №2. – С. 116-124.

22. Буниатова, А.Р. Маркетинговые исследования в управлении стратегическими и тактическими этапами формирования потребительского решения о покупке [Текст] / А.Р. Буниатова // Экономикс. – 2016. – № 2. – С. 34-48.

23. Быков, В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность [Текст] : учебник / В.А. Быков. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 491 с.

24. Валдайцев, С.В. Управление инновационным бизнесом [Текст] : учеб. пособие / С.В. Валдайцев. – М. : Юнити-Дана, 2016. – 213 с.

25. Васюхин, О.В. Концептуальный подход к формированию инновационного потенциала предприятия [Текст] / О.В. Васюхин, Е.А. Павлова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. С. 61-72.

26. Вертакова, Ю.В. Управление инновациями [Текст] : учеб. пособие / Ю.В. Вертакова, Е.С. Симоненко. – М. : Эксмо, 2015. – 451 с.

27. Веснин, В.Р. Основы менеджмента [Текст] : учебник / В.Р.Веснин. – М. : Проспект, 2014. – 320 с.

28. Вечканов, Г.С. Макроэкономика [Текст] : учеб. пособие / Г.С. Вечканов. – СПб. : Питер. – 2015. – 464 с.

29. Витковская, И.И. Управление экономической устойчивостью предприятия [Текст] / И.И. Витковская // Экономикс. – 2016. – №1. – С. 114-124.

30. Гайдаенко, Т.А. Основы маркетинга [Текст] : учеб. пособие / Т.А. Гайдаенко. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 378 с.

31. Гайдаенко, Т.А. Экономика предпринимательства [Текст] : учеб. пособие / Т.А. Гайдаенко. – М. : Юнити-Дана, 2014. – 344 с.

32. Галеева, Р.Б. Изучение предпочтений потенциальных потребителей [Текст] / Р.Б. Галеева // Вопросы экономики. – 2016. – № 7. – С. 64-72.

33. Геляхов, Э.С. Маркетинговая деятельность как составляющая эффективного хозяйствования на рынке продовольствия [Текст] / Э.С. Геляхов // Вопросы экономики. 2015. – № 1. – С. 214-224.

34. Герасименко, Н.М. Подход к оценке конкурентного положения торговой организации через выведение рациональности ассортимента [Текст] / Н.М. Герасименко // Вопросы экономики. – 2017. – № 2. – С. 104-113.

35. Голубков, Е.П. Инновационный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Е.П. Голубков. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 184 с.

36. Гольдштейн, Г.Я. Инновационный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2015. – 244 с.

37. Городникова, Н.В. Индикаторы инновационной деятельности [Текст] : учебник / Н.В. Городникова. – М. : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2016. – 282 с.

38. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник / В.Я. Горфинкель, А.И. Базилевич, Л.В. Бобков. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 211 с.

39. Дмитриев, И.Л. Планирование инноваций как организующее начало процесса реализации инновационного проекта [Текст] / И.Л. Дмитриев // Молодой ученый. – 2014. – № 12. – С. 39-46.

40. Друкер, П.Ф. Бизнес и инновации [Текст] : учебник / П.Ф. Друкер. – М. : Вильямс, 2014. – 314 с.

41. Завлин, П.Н. Основы инновационного менеджмента: теория и практика [Текст] : учебник для вузов / П.Н. Завлин. – М. : Экономика, 2015. – 164 с.

42. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент [Текст] : учебное пособие / А.Т. Зуб. – М. : Юрайт, 2015. – 375 с.

43. Зубов, В.М. Базовые принципы конкурентоспособности российской экономики [Текст] : / В.М. Зубов // Современная конкуренция. – 2017. – № 4. – С. 99-107.

44. Ильенкова, С.Д. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник / С.Д. Ильенкова. – М. : Юнити, 2014. – 142 с.

45. Касатая, И.Л. Экономическое содержание и особенности инновационного потенциала [Текст] / И.Л. Касатая // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 1. – С. 178-189.

46. Карпец, С.О. Использование мирового опыта на рынке мороженого России [Текст] / С.О. Карпец // Экономикс. – 2016. – № 1. – С. 79-86.

47. Колосова, Т.В. Обеспечение устойчивого развития предприятия на основе повышения его инновационного потенциала [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Т.В. Колосова. – Нижний Новгород. 2015. – 106 с.

48. Корнилов, Д.А. Оценка инновационного потенциала экономических систем [Текст] / Д.А. Корнилов // Экономист. – 2015. – № 8. – С. 87-94.

49. Котова, Т.В. Инновационный анализ: особенности формирования инновационной базы [Текст] / Т.В. Котова, Г.Г. Черкасова // Вестник АГТУ. – 2014. – № 3. – С. 201-210.

50. Краюхин, Г. А. Инновационное развитие промышленных предприятий на основе управления изменениями [Текст] : учеб. пособие / Г. А. Краюхин, В.Б. Фраймович. – СПб. : СПбГИЭУ, – 2016. – 133 с.

52. Кузнецова, Т.Е. Содержание и мероприятия программы стимулирования сбыта продукции предприятия [Текст] / Т.Е. Кузнецова, Л.В. Марабаева // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 1. – С. 60-67.

53. Кушлин, В.И. Инновационность хозяйственных систем [Текст] : учеб. пособие / В.И. Кушлин. – М. : Эдиториал УРСС, 2015. – 216 с.

54. Лебедева, Э.Е. Особенности инновационной деятельности предприятий малого бизнеса [Текст] / Э.Е. Лебедева // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 4. – С. 118-125.

55. Мальцева, В.Ю. Анализ инновационного потенциала как перспектива инновационного развития субъектов предпринимательской деятельности на примере АО «Белгородский хладокомбинат» [Электронный ресурс] / В.Ю.

Мальцева, Я.В. Мочалова // Итоги научно-исследовательской деятельности 2017: изобретения, методики, инновации. – М. : Издательство «Олимп», 2017. – 253 с. – Режим доступа: <http://olimpiks.ru>.

56. Маркова, В.Д. Бизнес-планирование [Текст] : учебник для вузов по спец. «Менеджмент организации» / В.Д. Маркова. – М. : Проспект, 2015. – 402 с.

57. Масленченков, Ю.С. Стратегический и кризисный менеджмент фирмы [Текст] : учебник / Ю.С. Масленченков. – М. : Дело, 2014. – 375 с.

58. Махнычева, В.Ю. Инновации как фактор экономического развития в системе предпринимательства [Электронный ресурс] / В.Ю. Махнычева // Наука сегодня: теория, практика, инновации. – М. : Издательство «Олимп», 2016. – 587 с. – Режим доступа: <http://olimpiks.ru>.

59. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для вузов по спец. «Менеджмент организации» / В.Г. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 301 с.

60. Мейер, М.В. Оценка эффективности бизнеса [Текст] : учебник / М.В. Мейер. – М. : Просвещение, 2015. – 520 с.

61. Миндели, Л.Э. Основы инновационного менеджмента [Текст] : учеб. пособие / Л.Э. Миндели. – М. : Наука, 2016. – 112 с.

62. Молчанова, О.П. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для вузов / О.П. Молчанова, А.В. Сурин. – М. : Юнити, 2015. – 226 с.

63. Морозов, Ю.П. Инновационный менеджмент менеджмента [Текст] : учеб. пособие / Ю.П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 413 с.

64. Мочалова, Я.В. Инвестиционная мобильность как фактор роста экономики [Текст] / Я.В. Мочалова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – № 3. – С. 304-306.

65. Мочалова, Я.В. Механизм повышения социально-экономической эффективности малого предпринимательства в России [Текст] / Я.В. Мочалова // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 1. – С. 409-411.

66. Мошников, М.Д. Стратегическое управление в условиях конкуренции [Текст] / М.Д. Мошников // Экономика развития. – 2017. – № 5. – С. 88-97.
67. Мухамедьяров, А.М. Методолого-методические основы оценки уровня инновационного потенциала [Текст] / А.М. Мухамедьяров // Экономика и управление. – 2015. – № 2. – С. 116-122.
68. Мэнсфилд, Э. Экономика научно-технического прогресса [Текст] : учеб. пособие / Э. Мэнсфилд. – М. : Вильямс, 2014. – 363 с.
69. Наумов, А.Ф. Инновационная деятельность предприятия [Текст] : учебник / А.Ф. Наумов. – М. : Инфра-М, 2015. – 244 с.
70. Никонова, Я.И. Содержание, сущность и базовые принципы формирования инновационной политики развития экономических систем [Текст] / Я.И. Никонова // Экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 93-104.
71. Новиков, А.О. Анализ методов оценки инновационного потенциала организации [Текст] : учебник / А.О. Новиков. – СПб. : СПбГПУ, 2015. – 494 с.
72. Очковская, М.С. Инновации как качественный фактор экономического роста [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук / М.С. Очковская. – Москва. 2014. – 98 с.
73. Петрова, Г.А. Инновации как фактор адаптации предприятия к рынку [Текст] / Г.А. Петрова // Экономикс. – 2014. – № 2. – С. 63-68.
74. Пешкова, Н.В. Методика оценки инновационной деятельности предприятия [Текст] / Н.В. Пешкова // Инновации. – 2014. – № 1. – С. 32-42.
75. Погонев, С.В. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия [Текст] / С.В. Погонев // Вопросы экономики. – 2016. – № 2. – С. 114-126.
76. Попадюк, Т.Г. Инновационное развитие России: проблемы и решения [Текст] : учебник / Т.Г. Попадюк. – М. : Юрайт, 2016. – 273 с.
77. Пырегова, Ю.В. Методы оценки конкурентоспособности продукции [Текст] / Ю.В. Пырегова // Вопросы экономики. – 2015. – № 4. – С. 221-226.

78. Райзберг, Б.А. Управление экономикой [Текст] : учебник / Б.А. Райзберг, Р.А. Фатхутдинов. – М. : Бизнес-школа, 2015. – 297 с.

79. Ревазов, В.Г. Инновационное инвестирование [Текст] : учебник / В.Г. Ревазов. – М. : Наука, 2014. – 187 с.

80. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития [Текст] : учебник / Б. Санто. – М. : Прогресс, 2014. – 196 с.

81. Сергеева, Е.А. Инновационный и производственный менеджмент в условиях глобализации экономики прогресса [Текст] : учеб. пособие / Е.А. Сергеева. – М. : Экономика, 2016. – 328 с.

82. Соловьев, А.Н. Взаимосвязь маркетинговых исследований и результатов деятельности компании в современных условиях рынка [Текст] / А.Н. Соловьев // Финанс. – 2016. – № 1. – С. 84-98.

83. Суслов, А.И. Кризис малого предпринимательства [Текст] : учеб. пособие / А.И. Суслов. – М. : Эрфольг, 2016. – 114 с.

84. Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями [Текст] : учебник Б. Твисс. – М. : Вильямс, 2014. – 393 с.

85. Темпан, Л.Г. Инновационная экономика предпринимательства [Текст] : учеб. пособие / Л.Н. Темпан. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 278 с.

86. Трифилова, А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия [Текст] : учеб. пособие / А.А. Трифилова. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 388 с.

87. Тумина, Т.А. Методология оценки эффективности инновационной деятельности [Текст] / Т.А. Тумина // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 2. – С. 278-289.

88. Тычинский, А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт [Текст] : учеб. пособие / А.В. Тычинский. – Таганрог : ТРТУ, 2015. – 286 с.

89. Уколов, В.Ф. Инновационный менеджмент в государственной сфере и бизнесе [Текст] : учебник / В.Ф. Уколов. – М. : Экономика, 2015. – 400 с.

90. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. – СПб. : Питер, 2016. – 243 с.
91. Федорова, Т.С. Проблемы и перспективы развития российской экономики [Текст] / Т.С. Федорова // Вопросы экономики. – 2015. – № 4. – С. 114-128.
92. Философова, Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность [Текст] : учеб. пособие / Т.Г. Философова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 271 с.
93. Фоломьев, А.Н. Инновационный тип развития экономики [Текст] : учебник для вузов / А.Н. Фоломьев. – М. : Экономика, 2016. – 187 с.
94. Фунтов, В.Н. Основы управления проектами в компании [Текст] : учеб. пособие / В.Н. Фунтов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 418 с.
95. Хучек, М. Инновации на предприятиях и их внедрение [Текст] : учеб. пособие / М. Хучек. – М. : Луч, 2014. – 339 с.
96. Шаститко, А. Е. Экономическая теория организаций [Текст] : учеб. пособие / А. Е. Шаститко. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 303 с.
97. Шейман, С.В. Нужны ли бизнесу маркетинговые исследования [Текст] / С.В. Шейман // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2015. – № 4. – С. 446-450.
98. Шепеленко, Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии [Текст] : учебник / Г.И. Шепеленко. – М. : ИКЦ «Март», 2014. – 378 с.
99. Шмелева, Ю.А. Принципы взаимодействия предприятия с потребителями на этапе разработки нового товара [Текст] / Ю.А. Шмелева // Журнал экономической теории. – 2016. – № 3. – С. 126-134.
100. Щекотихина, Е.А. Стратегический анализ конкурентов организации [Текст] / Е.А. Щекотихина // Современная конкуренция. – 2017. – № 14. – С. 137-141.
101. Якобсон, А.Я. Инновационный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / А.Я. Якобсон. – М. : Омега-Л, 2016. – 176 с.

102. Hollanders H. Innovation Union Scoreboard [Text] / H. Hollanders. – Draft report. – 2014. – 349 p.

103. Официальный сайт АО «Белгородский хладокомбинат» [Электронный ресурс] : информация о компании. – Режим доступа: <http://www.hlado.ru>.

104. Официальный сайт ООО «Айсберри» [Электронный ресурс] : информация о компании. – Режим доступа: <http://www.iceberry.ru>.

105. Официальный сайт ООО «Инмарко» [Электронный ресурс] : информация о компании. – Режим доступа: <http://www.inmarko.ru>.

106. Официальный сайт ООО «Нестле» [Электронный ресурс] : информация о компании. – Режим доступа: <https://www.nestle.ru>.

107. Официальный сайт ООО «Русский холод» [Электронный ресурс] : информация о компании. – Режим доступа: <https://www.rusholod.ru>.

108. Официальный сайт ООО «Талосто» [Электронный ресурс] : информация о компании. – Режим доступа: <http://www.talosto.ru>.

109. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : наука, инновации и информационное общество. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstatmain/rosstat/ru/statistics/scienceandinnovations>.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Бухгалтерский баланс на 31.12.2016 г.

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2016 г.

Организация <u>АО "Белгородский хладокомбинат"</u> Идентификационный номер налогоплательщика _____ Вид экономической деятельности <u>производство мороженого</u> Организационно-правовая форма/форма собственности <u>акционерные общества/частная собственность</u> Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) _____ Местонахождение (адрес) <u>308013, г.Белгород, ул.Дзюзева, д.1</u>	Форма по ОКУД _____ Дата (число, месяц, год) _____ по ОКПО _____ ИНН _____ по ОКВЭД _____ по ОКФС _____ по ОКЕИ _____
---	---

Коды		
0710001		
31	12	2016
01111041		
3125008530		
15.52		
47	16	
384 (385)		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2016 г. ³	На 31 декабря 2015 г. ⁴	На 31 декабря 2014 г. ⁵
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
1.1, 1.2, 1.3	Нематериальные активы	1110	1467	1734	2122
1.5	в том числе : незавершенные вложения в НМА	1111	179	194	233
1.4	Результаты исследований и разработок	1120	45	47	200
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
2.1, 2.3, 2.4	Основные средства	1150	353311	338345	331681
	в том числе: здания	1151	172405	160327	164032
	машины и оборудование	1152	86493	88447	98791
	оборудование к установке	1153			2012
	незавершенное строительство	1154	18889	26695	11784
2.2	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
3.1	Финансовые вложения	1170	15845	8878	11867
	Отложенные налоговые активы	1180	2797	3280	3243
	Прочие внеоборотные активы	1190	9319	10155	8305
	в том числе: выданные на приобретение, сооружение внеоборотных активов авансы	1191	9319	10155	8305
	Итого по разделу I	1100	382784	362439	357418
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
4.1	Запасы	1210	95319	82102	95539
	в том числе:				
	сырье, материалы и другие аналогичные ценности	1211	91891	78728	90922
	затраты в незавершенном производстве	1212	1594	887	696
	затраты, признанные в отчетном периоде, относящиеся к последующим отчетным периодам	1213	1807	2486	3920
	готовая продукция	1214	27	1	1
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	1397	-	-
5.1	Дебиторская задолженность	1230	303354	290343	257502
	в том числе:				
	покупатели и заказчики (краткосрочная)	1231	265137	226993	219426
	авансы выданные (краткосрочная)	1232	9096	34081	9177
	прочие дебиторы (краткосрочная)	1233	27142	26192	25477
	прочие дебиторы (долгосрочная)	1234	1979	3077	3422
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	32824	38549	52388
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1743	1531	2850
	Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
	Итого по разделу II	1200	434637	412525	408279
	БАЛАНС	1600	817421	774964	765697

Продолжение прил. 1

Форма 0710001 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 16 г. ³	На 31 декабря 20 15 г. ⁴	На 31 декабря 20 14 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	112	112	112
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ⁷	(-)	(-)
	Добавочный капитал (переоценка основных средств)	1340	8802	8802	9122
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	48123	48123	48123
	Резервный капитал	1360	17	17	17
	в том числе: резервы, образованные в соответствии с законодательством	1361	17	17	17
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	566713	544111	477250
	Итого по разделу III	1300	623767	601165	534624
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
5.3	Заемные средства	1410		48064	73064
	Отложенные налоговые обязательства	1420	5449	2199	2636
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	0	15566	40636
	в том числе: кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками	1451	0	15566	40636
	Итого по разделу IV	1400	5449	65829	116336
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
5.3	Заемные средства	1510	87242	-	18776
5.3	Кредиторская задолженность	1520	96313	103428	92888
	в том числе:				
	поставщики и подрядчики	1521	70800	80210	75010
	задолженность перед персоналом организации	1522	7836	7866	6860
	задолженность перед государственными внебюджетными фондами	1523	3436	3205	2483
	задолженность по налогам и сборам	1524	4000	2595	2304
	задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов	1525	108	147	154
	авансы полученные	1526	9158	8704	5974
	прочие кредиторы	1527	975	701	103
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
7	Оценочные обязательства	1540	4650	4542	3073
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	188205	107970	114737
	БАЛАНС	1700	817421	774964	765697



Руководитель

(подпись)

Бузиашвили Г.Д.

(расшифровка подписи)

31 марта 20 17 г.

Главный

бухгалтер

(подпись)

Авдеенко Л.П.

(расшифровка подписи)

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация именуется указанным раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Целевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).

Приложение 2

Отчет о финансовых результатах за 2015 г.

Отчет о финансовых результатах		за _____ год _____ 20 15 г.		Форма по ОКУД	
				Дата (число, месяц, год)	
Организация	АО "Белгородский хладокомбинат"			по ОКПО	
Идентификационный номер налогоплательщика				ИНН	
Вид экономической деятельности	производство мороженого			по ОКВЭД	
Организационно-правовая форма/форма собственности	акционерные общества/частная собственность			по ОКОПФ/ОКФС	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)				по ОКЕИ	
				Коды	
				0710002	
				31	12 2015
				01444041	
				3125008530	
				15.52	
				47	16
				384 (385)	

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За _____ год 20 15 г. ³	За _____ год 20 14 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	1071505	960815
	в том числе: выручка от продажи продукции собственного про-ва	2111	988152	879044
6	Себестоимость продаж	2120	(860816)	(740687)
	в том числе: проданной продукции	2121	(814238)	(694970)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	210689	220128
6	Коммерческие расходы	2210	(7827)	(10808)
6	Управленческие расходы	2220	(77983)	(64026)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	124879	145294
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320	8650	7219
	Проценты к уплате	2330	(16398)	(14253)
	Прочие доходы	2340	39984	16344
	Прочие расходы	2350	(67093)	(58139)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	90022	96465
	Текущий налог на прибыль	2410	(22341)	(22421)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	3863	2731
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	437	776
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	37	(379)
	Прочее	2460	(12)	(1165)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	68143	73276

Продолжение прил. 2

Форма 0710002 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За _____ год 20 15 г. ³	За _____ год 20 14 г. ⁴
	СПРАВОЧНО			
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	320	3 598
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	2520	80	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	68543	76874
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	1	1
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	1	1



Руководитель

Бузиашвили Г.Д.

(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

Авдеенко Л.П.

(расшифровка подписи)

" 31 марта 20 16 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанный Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных доходах и расходах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

Приложение 3

Отчет о финансовых результатах за 2016 г.

Отчет о финансовых результатах		за _____ год 20 16 г.	
Организация АО "Белгородский хладокомбинат"	Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	Коды
Идентификационный номер налогоплательщика	по ОКПО	0710002	31 12 2016
Вид экономической деятельности	ИНН	01444041	3125008530
деятельности производство мороженого	ОКВЭД	15.52	
Организационно-правовая форма/форма собственности	по ОКФС/ОКФС	47	16
акционерные общества/частная собственность	по ОКЕИ	384	(385)
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)			

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За _____ год 20 16 г. ³	За _____ год 20 15 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	1217277	1071505
	в том числе:	2111		
	выручка от продажи продукции собственного про-ва		1123542	988152
6	Себестоимость продаж	2120	(1023388)	(860816)
	в том числе:	2121		
	проданной продукции собственного производства		(968404)	(814238)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	193889	210689
6	Коммерческие расходы	2210	(17582)	(7827)
6	Управленческие расходы	2220	(87266)	(77983)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	89041	124879
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	6361	8650
	Проценты к уплате	2330	(12043)	(16398)
	Прочие доходы	2340	20473	39984
	Прочие расходы	2350	(61148)	(67093)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	42684	90022
	Текущий налог на прибыль	2410	(13545)	(22341)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	8577	3863
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	(3250)	437
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	(319)	37
	Прочее	2460	(164)	(12)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	25406	68143

Продолжение прил. 3

Форма 0710002 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За _____ год	
			20 16 г. ³	20 15 г. ⁴
	СПРАВОЧНО			
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	320
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	2520	-	80
	Совокупный финансовый результат периода	2500	25406	68543
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	1
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	1

Руководитель _____

(подпись)

Бузиашвили Г.Д.

(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер _____

(подпись)

Авдеенко Л. П.

(расшифровка подписи)

" 31 марта 20 17 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанный Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных доходах и расходах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".