

Планирование работы предприятий должно охватывать все аспекты их деятельности. Это в первую очередь относится к инновационной деятельности. В настоящее время ее планирование осуществляется при разработке бизнес-планов работы предприятий. В качестве рекомендуемых можно выделить следующие направления инновационной деятельности: импортозамещение; менеджмент качества продукции; прогнозирование научно-технического развития; реструктуризация; инвестиционный план инновационного развития (план финансирования инноваций). Конкретное содержание плана инноваций на предприятиях будет различным в зависимости от принятых стратегий развития, имеющихся резервов и финансовых возможностей. Вместе с тем можно выделить типовую структуру плана инновационной деятельности предприятий. К ее основным разделам можно отнести: 1) научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы; Создание и освоение производства новых видов продукции (товаров, работ, услуг), повышение ее качества; 2) внедрение нового оборудования, прогрессивных технологий; механизация и автоматизация производства; 3) мероприятия по экономии материалов, топлива, энергии; 4) совершенствование организации производства; 5) совершенствование организации труда; 6) совершенствование менеджмента предприятием; 7) мероприятия по экологической безопасности; 8) технико-экономические результаты внедрения планируемых мероприятий. Удельный вес инновационно - активных предприятий пищевой промышленности составляет лишь 10,4 % от общего количества предприятий пищевой промышленности. Таким образом, затраты на осуществление инновационной деятельности предприятиями пищевой промышленности составляют лишь 5 – 6 процентов от общих затрат на инновации, осуществляемые всеми отраслями промышленности. Работа предприятий пищевой промышленности определяется уровнем развития сельскохозяйственного производства, поставляющего сырье для его переработки на предприятия отрасли. От объемов производства продукции растениеводства и животноводства во многом зависят количество и качество, а также ассортимент вырабатываемых продуктов питания. Одним из важнейших условий успешного выполнения плана инновационной деятельности является учет, контроль и анализ результатов внедрения включенных в него мероприятий. Формирование замысла, подготовка и постепенное осуществление инновационных изменений называется инновационным процессом. Он может быть рассмотрен с различных позиций и разной степенью детализации: – во-первых, его можно рассматривать как параллельно-последовательное осуществление научно-исследовательской, научно-технической, производственной деятельности и инноваций; – во-вторых, его можно рассматривать как временные этапы жизненного цикла инновации от возникновения идеи до ее разработки и внедрения. Таким образом, инновационный процесс определяется как комплекс последовательных работ от

получения целенаправленных новых знаний до использования новшества, созданного на основе этих новых знаний, потребителем. В результате функционирования институтов возможно достижение институциональной целостности инновационного развития [1]. На развитие инновационных процессов влияют различные группы факторов: экономические, технологические, политические, правовые, организационно - управленческие, социально-психологические, культурные. Одни факторы способствуют инновационной деятельности, другие - препятствуют. Результаты последних исследований указывают на приоритетное положение конкурентоспособности в целевой системе предприятий, что подтверждается связью между относительной конкурентной позицией и рыночным успехом предприятия. На рынках потребительских товаров, как правило, конкурентные позиции предприятия отождествляются с уровнем марки товара. Оценка конкурентных позиций товарных марок осуществляется путем сопоставления сильных и слабых сторон собственного предприятия и конкурентов. В условиях конкуренции появление инновационных продуктов играет ключевую роль при удержании позиций компании на рынке. Рынок пищевых продуктов насыщен предложениями, схожими по цене и качеству, что заставляет производителей пересмотреть принципы успешной конкуренции, акцентировав внимание на выпуске инновационных продуктов. Практика показывает, что даже незначительная инновация в любой области в конечном счете может кардинально отразиться на продукте и добавить ему потребительских преимуществ. Среди факторов, оказывающих влияние на спрос на новую продукцию, можно выделить внутренние и внешние. Внутренние факторы (демографическая ситуация, состояние основных фондов, ресурсоемкость производства, скорость воспроизводства энергетических и других сырьевых ресурсов, ставки налогов и экспортных пошлин, импортные тарифы) определяют основную тенденцию экономической динамики и важнейших параметров развития. Влияние же внешних факторов остается достаточно значительным и сопряжено одновременно с неопределенностью как существенной компонентой вариантности прогноза, формируемой под воздействием мировых цен на энергоресурсы, состояния мировой экономики и основных торговых партнеров, торгового и платежного баланса и ряда других условий. Продвигая продукцию на рынок, производитель должен в первую очередь думать о том, насколько этот продукт будет привлекателен для потребителя. Потребительский рынок постоянно меняется, и компаниям необходимо учитывать новые тенденции и запросы массовой аудитории. Необходимо непрерывно совершенствовать производимую продукцию, пополнять ее ассортимент, интенсифицировать процесс исследований и разработок новых видов продукции. В современных условиях предприятия пищевой промышленности должны заниматься разработкой новой продукции, хотя инновационная деятельность и увеличивает

издержки производства из-за невозможности обеспечить оптимальную серийность, а также издержки на НИОКР, изменяет установившийся порядок производства. Тем не менее, в условиях усиления конкуренции предприятия вынуждены это делать, чтобы в будущем не потерять рынок. Сейчас задача предприятий состоит в выпуске новых видов продукции и в оптимизации финансовых результатов своей деятельности, т.е. формировании ассортимента с точки зрения максимизации прибыли и рентабельности. Таким образом, в современных условиях предприятия пищевой промышленности должны совместно разрабатывать и внедрять инновационную и ассортиментную политику. Таким образом, решение задачи по обеспечению общества широким и достаточным ассортиментом пищевых продуктов высокого качества, сбалансированных по питательным элементам, возможно только на основе внедрения инноваций. Основными областями применения научно-технического прогресса в отраслях пищевой промышленности являются следующие: – внедрение прогрессивных ресурсосберегающих технологий и новейшей техники; – переход от отдельных технологических процессов и участков к созданию автоматизированных поточных линий, цехов и производств и управление ими на принципиально новом уровне - с применением микропроцессорной техники, который обеспечивает многократное повышение производительности труда, снижение материалоемкости и энергоемкости продукции; – внедрение технологий, обеспечивающих глубокую и комплексную переработку сельскохозяйственной продукции, сырья и максимальный выход пищевой продукции на единицу сырья; – создание принципиально новых технологий и рецептур, а также организация на их основе производства сбалансированных и физиологически полноценных продуктов питания с заданными свойствами; – производство полуфабрикатов с высокой степенью готовности для потребления; – обеспечение сохранности продукции; – внедрение машин и механизмов для комплексной механизации погрузочно-разгрузочных работ; переход на бестарные перевозки муки, сахара, сгущенных, жидких и сыпучих пищевых продуктов; выпуск тары и упаковочных материалов в удобном для населения виде. В результате исследования особенностей инновационного развития предприятий пищевой промышленности Республики Татарстан была выявлена следующая их специфика: выявлена наибольшая доля продуктовых инноваций; закрытость предприятий пищевой промышленности, что затрудняет перелив капитала и соответственно инвестирование инновационного развития; быстрая оборачиваемость инновационных инвестиций (1,5-2 года); дисбаланс инвестиций в сфере АПК РТ: 17% - пищевая промышленность, 68% - сельское хозяйство, 15% - обслуживающие отрасли [2]. Условно факторы инвестиционной привлекательности инновационных проектов и программ можно разделить на две группы: экономические и неэкономические. В большинстве случаев инвестора привлекают высокие финансовые показатели, однако, существуют

ситуации, при которых новатор вынужден реализовать новшество, несмотря на его прямую экономическую непривлекательность. Инновационная деятельность как одна из форм инвестиционной деятельности выполняется с целью внедрения достижений научно-технического прогресса в производство и социальную сферу и включает: – выпуск и распространение принципиально новых видов продукции и технологии их производства; – прогрессивные межотраслевые структурные сдвиги; – реализацию долговременных и научно-технических программ с долгим сроком окупаемости; – финансирование фундаментальных исследований; – разработку и внедрение новой, ресурсосберегающей технологии, предназначенной для улучшения социальной и экономической среды. Совершенствование рыночного механизма планирования инновационного развития предприятий пищевой промышленности продолжает оставаться одним из наиболее приоритетных направлений для российской экономики на сегодняшний день. Его оптимальное решение будет способствовать росту промышленной безопасности региона и страны в целом.