

в случае осуществления успешной реализации политики по импортозамещению в наиболее важных отраслях с 70–90% до 50–60% можно только к 2020 г. [2].

Санкции 2014 года нанесли тяжелый удар нашей промышленности: оборудование нефтегазового и металлургического секторов устарело на 70–80% и через несколько лет может стать совсем непригодным. На момент предъявления санкций Россия своего оборудования производила в крайне малых количествах.

Кроме того, российская экономика сильно зависит от иностранного капитала. У наших предпринимателей просто не хватит денег на модернизацию производства (в ближайшие несколько лет на эти цели потребуется около 20 трлн. рублей) [2]. Санкции же отпугнули иностранных инвесторов и пресекли начавшее развиваться сотрудничество между отечественными и европейскими производителями.

Следует также отметить снизившуюся покупательную способность физических лиц как собственно граждан России, так и физических лиц индивидуальных предпринимателей, адвокатов и нотариусов, рассматриваемых в этой связи как отдельных субъектов рыночной экономики. В условиях международной политической и эконо-

мической нестабильности хаотично изменились реальные денежные доходы населения России [3].

Иными словами, из-за угрозы экономических санкций со стороны США и Евросоюза перед государством остро встал вопрос решения проблем импортозамещения в нефтегазовом комплексе металлургии. Особенно важной государственной задачей стала проблема импортозамещения в сфере освоения шельфа и нефтепереработки, поскольку в этой отрасли используется более 80% западной техники и технологий.

В заключении отметим, что несмотря на существенное сокращение материального производства, кризисные ситуации в финансово-банковской системе, российская рыночная экономика медленно набирая темпы, совершенствуется, в частности за счет притока импортозамещенных материальных ресурсов, товаров и услуг. В структуре материального производства, все отчетливее проявляются создание интегрированных компаний; развитие новых технологических процессов; совершенствование систем управления, организации производства и труда; Все это способствует укреплению государственного производственного потенциала, достижению необходимого уровня здоровой рыночной экономики.

Литература:

1. Литвинова, О. В. статья «Идентификация и оценка факторов, влияющих на развитие розничного рынка» // Управление экономическими системами. 2011. — № 2;
2. Кобзева, Т. Я., Сучков В. А. статья «Российский менеджмент в борьбе с импортозависимостью на современном этапе» // Сборник докладов межвузовской студенческой научно-практической конференции. РЭУ им Г. В. Плеханова. Апрель 2015 г.;
3. Карашук, О. С., Доан М. Л. статья «Актуальные проблемы розничной торговли России и пути их решения» // Сборник научных статей международной научно-практической конференции «Экономика и инновации». РЭУ им Г. В. Плеханова. Ноябрь 2014 г.;
4. <http://www.gks.ru> — Росстат — ФСГС РФ (дата обращения 28.05.2015);
5. http://www.gks.ru/free_doc/nev_site/finans/dinkz.htm — Росстат: финансы организаций;
6. Березин, И. ВВП, потребительский рынок, распределение доходов и социальная стратификация в России // Практический Маркетинг. 2012. № 108.
7. Материалы Форума и выступление Председателя Правительства РФ Д. Медведева «Открытые инновации» Москва, 28.10.2015 г.

Инновационная деятельность предприятия

Коокуева Виктория Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;
Конева Дарья Александровна, студент;
Яковлева Виктория Николаевна, студент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Экономический рост предприятий в наше время не мыслим без преобразований. Различного рода изменения с нововведениями в компании можно называть инновациями, или инновационной деятельностью. С помощью этого процесса в фирмах идет освоение новых технологи-

ческих прогрессов. В результате предприятие разрабатывает и внедряет новые продукты, либо усовершенствует уже выпускаемые. Все существующее, как нам известно, имеет свойство стареть, и именно поэтому фирмы должны постоянно что-то менять — будь то запуск производства

каких-то новых товаров, оказание новых услуг, или же иной, ранее не используемый способ производства.

Итак, инновация — это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы, то есть применено на практике [1].

Так откуда же берутся новые инновационные идеи? Рассмотрим их источники — внутренние и внешние. Ко внутренним можно отнести:

- какое-то неожиданное событие в компании (будь то успех, или неудача);
- нововведения, основанные на потребности процесса;
- внезапные изменения на рынке.

Ко внешним относятся:

- различные демографические изменения;
- изменения в ценностных установках;
- новые научные и ненаучные знания [9].

Одной из задач государства в наше время является повышение инновационной деятельности предприятий. Этот процесс является одним из важнейших факторов, которые помогают занять прочные лидирующие позиции на рынке среди компаний, становления экономической и финансовой самостоятельности и рыночных позиций промышленных фирм.

В связи с постоянной конкурентной борьбой на внутренних и внешних рынках высокотехнологичных товаров,

ростом затрат времени и средств на их разработку, очень важной сейчас правильно управлять стратегически — инновационной деятельностью предприятий.

Итак, инновационная деятельность — это система мер по использованию научного, научно-технического и интеллектуального потенциалов с целью получения новых или улучшенных продуктов, либо услуг. С финансовой точки зрения этот процесс можно рассматривать как инвестирование, разработку и распространение новейшего продукта или услуги. В таком случае он выступает в качестве инновационного проекта, рассматриваемого как частный случай инвестиционного проекта.

Рассмотрим классификацию инноваций. Существует два типа нововведений: продуктовые и процессные. Появление нового продукта — это радикальная продуктовая инновация. Усовершенствование уже существующего продукта — это инкрементальная продуктовая инновация. Процессная же инновация — это освоение новых способов производства. По степени новизны инновации подразделяются на принципиально новые, т.е. не имеющие аналогов в прошлом и в отечественной и зарубежной практике, и на новшества относительной новизны.

Рассмотрим инновационную активность предприятий в таблице ниже, по данным с сайта Федеральной службы государственной статистики [11]:

Таблица 1. Показатели инновационной активности организаций за период 2010–2014 гг.

Год	2010	2011	2012	2013	2014
Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций),%	9,5	10,4	10,3	10,1	9,9
Затраты на технологические инновации:					
в фактически действовавших ценах, руб.	400 803,8	733 815,9	904 560,8	1 112 429,2	1 211 897,1
в постоянных ценах 2000 г., руб.	101 124,6	159 745,5	183 347,5	214 641,4	218 128,3
Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг),%	1,6	2,2	2,5	2,9	2,9
Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций),%	3,2	3,3	3,0	2,9	2,8
Удельный вес организаций, осуществлявших маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций),%	2,2	2,3	1,9	1,9	1,7
Удельный вес организаций, осуществлявших экологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций),%	4,7	5,7	2,7	1,5	1,6

Из таблицы видно, что наиболее высокий показатель удельного веса организаций, осуществляющих иннова-

ционную деятельность составляет в 2011 году — 10,4%, и в последующих годах идет снижение данного показателя,

достигнув в 2014 году отметки 9,9%. При чем, затраты на технологические инновации, в прочем, как и удельный вес предприятий, осуществляющих их растут с каждым годом, таким образом — в 2010 году удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации составлял 1,6% и затраты составляли 101 124,6 руб., если приравнять к постоянным ценам 2000 г., а в 2014 году — 2,9% и 218 128,3 руб. соответственно. По остальным же показателям, таким как организации, осуществляющие организационные, маркетинговые, экологические инновации можно наблюдать снижение удельного веса с каждым годом.

В последнее время инновационная деятельность становится как никогда важной для компаний. Чтобы занимать лидирующие позиции на рынке, фирмы обязаны мыслить категориями роста и дополнительной стоимости, и создавать их в инновационных процессах, а не оставаться только на снижении издержек для удержания позиций в традиционной ценовой конкуренции. Те фирмы, которые оказались первыми на рынке с нововведениями, пользуются преимуществами и собирают повышенный доход, пока конкуренты не догонят их опять же с помощью инноваций. Из этого понятно, что инновации в деятельности предприятий играют важную роль и являются основой экономического роста.

Как отмечает ведущий французский специалист по социологии организаций М. Крозье, «в современной конкурентной борьбе в первую очередь борьба идет не за обладание ресурсами, материальными ценностями, а за способность к нововведениям» [10].

Чтобы предприятию обеспечивать инновационную деятельность, и как следствие — экономический рост,

ему требуются немалые вложения. Эти вложения называются инвестициями. Инвестиции — это операции, связанные с инвестированием денежных средств в реализацию различных бизнес проектов, которые будут обеспечивать получение доходов в течение периодов, превышающих один год. Однако, получить эти вложения не просто. Сегодня существует проблема привлечения денежных средств, и волнует она многих отечественных производителей. Тем не менее, инвестиционная деятельность постоянно совершенствуется. И если ранее, при принятии инвестиционных решений, фирмы были ориентированы на рост объемов производства, то теперь наиболее важным моментом становится повышение финансовых показателей.

Чтобы занимать лидирующие позиции, для фирм важна способность быстро приспосабливаться к постоянно меняющимся условиям окружающей среды. Также необходимо формирование самостоятельных рабочих групп, которые разрабатывают решения индивидуальных проблем, возникающих в процессе деятельности, и используемая всеми система ценностей и глубокое понимание видения фирмы.

Для того, чтобы выдержать все вышеперечисленные моменты, требуется точный анализ состояния окружающей среды (тенденции, мониторинг, наблюдение за происходящим, прогноз на будущее), равно как и систематически осуществляемое наблюдение за деятельностью фирм-конкурентов. И, в конечном итоге, занять прочные лидирующие позиции среди предприятий на рынке — собирать повышенный доход, пока остальные компании не догонят их с помощью иных нововведений.

Литература:

1. Милославский, И. Новизна с последствиями. — М.: Известие, 2009
2. Инновационный менеджмент. Под ред. Ильенковой С. Д. 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Юнити-Дана, 2007
3. В. Г. Медынский Инновационный менеджмент: ИНФРА-М, 2008
4. 7. Румянцева З. П. Общее управление организацией. Теория и практика: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2007
5. Ларичева, Е. А. Двойственная роль инноваций. — 2006
6. Письменная, Н. Е. Инвестиционная деятельность в современных условиях хозяйствования. Вестник Сев-КавГТУ, Серия «Экономика», № 2, 2004
7. Сафронов. Экономика предприятия: Учебник. М.: ИФРА-М, 2007
8. Горфинкель, В. Я. Экономика предприятия: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА 2007.
9. <http://center-yf.ru/data/economy/Innovacionnaya-deyatelnost.php>
10. http://management-books.biz/teoriya-menedjmenta_693/suschnost-prichinyi-formyi-novovvedeniy-20112.html
11. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science

Современные проблемы кондитерской промышленности в России

Кочкова Яна Анатольевна, магистрант
Ульяновский государственный университет

В данной статье автором дан обзор сегодняшнего положения на рынке кондитерских изделий, а также выделены основные проблемы, с которыми сталкиваются российские предприятия данной отрасли.