

УДК 631.1:001.895 (476.6)

ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОАО «БЕЛЛАКТ»

В.П. Дыканец, А.Д. Манцевич

УО «Гродненский государственный аграрный университет»,
г. Гродно, Республика Беларусь

(Поступила в редакцию 25.06.14 г.)

Аннотация. *Инновационная возможность выступает как глобальная стратегия предприятия, как средство достижения более высоких целей: повышение эффективности производства, получение достаточно высокой прибыли в долгосрочной перспективе, сохранение, а затем и повышение конкурентных возможностей на рынке или в борьбе за госзаказ, решение кризисной проблемы и проблемы выживания в целом.*

Summary. *Innovative potential acts as a global business strategy and a mean to achieve higher goals: improving the efficiency of production, getting a high profit in the long run, saving and then increasing competitive opportunities in the market or in the competition for the state order, the decision of the crisis problems and challenges of survival in whole*

Введение. Инновационные возможности предприятия – это средства, условия, необходимые для осуществления эффективной деятельности.

Прежде, чем внедрять инновации в производство, необходимо разработать эффективную систему управления инновациями, разработать стратегию и тактику проведения работы, задолго до внедрения каких-либо инноваций оценить возможности предприятия, выявить узкие места и источники риска, предвидеть неожиданности, которые могут возникнуть, т. е. провести

крупномасштабное исследование инновационного потенциала предприятия и его инновационных возможностей.

Цель работы – оценить инновационные возможности ОАО «Беллакт».

Материал и методика исследования. Исследования проводились при использовании материалов белорусской печати, отчетов о результатах деятельности предприятий, бизнес-плана, плана модернизации производства. В качестве методов исследования использовались общенаучные и специальные приемы познания: анализ и синтез, аналогия, сравнение.

Результаты исследований и их обсуждение. Инновационная возможность выступает как глобальная стратегия предприятия, как средство достижения более высоких целей: повышение эффективности производства, сохранение, а затем и повышение конкурентных возможностей на рынке, решение кризисной проблемы и проблемы выживания в целом.

Именно исследование инновационных возможностей определяет потенциал развития предприятия на долгосрочную перспективу. Необходимо перевести потенциал предприятия из одного состояния в другое, более высокое, достаточное для достижения цели.

Каждый хозяйствующий субъект необходимо исследовать индивидуально, т. к. эффективные мероприятия для одного, в силу объективных и субъективных причин, таких как территориальная расположенность предприятия, уровень компетентности персонала по основным направлениям инновационной программы, состояние основных фондов и т.п., могут оказаться неэффективными для другого. Многие из этих факторов оценить количественно трудно, а в некоторых случаях и невозможно, но именно они оказывают решающее влияние на конечную эффективность инновационной деятельности. Таким образом, возникает необходимость в некоторой системе критериев для определения инновационных возможностей предприятия, где по каждому критерию дается оценка. При необходимости формализации результатов исследования по перечню критериев можно использовать бальную оценку. Однако по нашему мнению он менее эффективен, т.к. он не исключает субъективность результатов исследования. Нами предложено делать обобщающую словесную оценку отдельного ранга (аспекта). Каждый аспект содержит перечень критериев. Таким образом, для исследования инновационных возможностей предприятия, были выделены следующие аспекты: маркетинговый; производственный; финансовый; кадровый; организационный; экологический или учитывающий влияние внешней среды аспекты исследования, корпоративный.

Исследования проводились в 2014 г. В качестве объекта было выбрано ОАО «Беллакт» – единственное предприятие в Республике Бела-

реть по производству сухих молочных смесей и каш для детского питания. Также предприятие производит сухое цельное и обезжиренное молоко, масло животное, широкий ассортимент цельномолочной и нежирной молочной продукции, сыры мягкие, сухую сыворотку, продукты для кормления животных и др.

Корпоративный аспект исследования предусматривает разработку эффективной системы управления инновациями, стратегию и тактику развития.

Стратегия развития ОАО «Беллакт» такова, что в ее основе лежит ориентация на нововведения, на систематическое обновление продукции, на предприятии предъявляются свои требования к производству.

Текущей стратегией предприятия является насыщение белорусского рынка качественной молочной продукцией, обеспечение эффективной работы предприятия и на этой основе получение постоянного прироста прибыли, необходимой для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов государства. Стратегия развития ОАО «Беллакт» направлена на:

1. В области производства – модернизация и техническое перевооружение производства; привлечение инвестиций для целей технического перевооружения; увеличение объемов производства; снижение себестоимости продукции, снижение удельных расходов энергоресурсов в структуре затрат на производство продукции; налаживание партнерских отношений с поставщиками сырья и материалов.

2. В области продаж – поиск новых рынков сбыта; поиск новых покупателей на освоенных рынках сбыта; повышение конкурентоспособности продукции за счет повышения качества.

3. В области новых продуктов – создание новых продуктов; увеличение выпуска продукции за счет повышения ее качества, расширения ассортимента; увеличение объемов производства конкурентоспособных и востребованных продуктов, освоенных ранее.

4. В области качества и безопасности продукции – повышение удовлетворенности потребителей; совершенствование структуры управления, улучшение организации труда; расширение ассортимента выпускаемой продукции; лидерство в отрасли; удовлетворенность персонала, обеспечение компетентности.

Маркетинговый аспект исследования.

Волковысское ОАО «Беллакт» производитель сухого молочного детского питания. Продукция предприятия занимает около 75% отечественного рынка детского питания. Конкуренцию продукции предприятия составляют изделия ведущих мировых производителей детского питания: Nestle, Friso, Semper, Hipp, Heinz и др.

Предприятие занимает лидирующие позиции в Гродненской области и является одним из крупнейших в республике по объемам переработки молочного сырья.

Предприятие отличается высокой конкуренцией среди отечественных производителей цельномолочной продукции. Как показали результаты исследования, существует высокая конкуренция среди отечественных производителей цельномолочной продукции. ОАО «Беллакт» занимает девятое место по выпуску цельномолочной продукции с долей 3%.

Основные конкуренты по выпуску цельномолочной продукции представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Конкуренты по выпуску цельномолочной продукции на отечественном рынке

Наименование предприятия	Удельный вес в республиканском объеме выпуска ЦМП, %		
	2011 г.	2012 г.	2013 г.
ОАО «Савушкин продукт»	15,5	17,9	18,1
ПП «Гормолзавод № 1»	15,7	13,2	13,1
ОАО «Гормолзавод № 2»	5,4	4,3	4,2
ОАО «Молочные продукты»	4,7	6,4	6,4
ОАО «Бабушкина крынка»	6,4	4,8	4,7
ОАО «Молюю» г. Витебск	5,0	5,0	5,0
ООО «Юнимилк Пружаны»	4,9	4,6	4,6
ОАО «Молочный Мир»	3,4	3,3	3,4
Волковысское ОАО «Беллакт»	3,1	3,0	3,0

Продукция предприятия поставляется во все регионы республики. Поставка продукции на Гродненский рынок осуществляется напрямую с завода; во все остальные регионы – через ООО «Беллакт-Столица» и ее филиалы, расположенные в Могилевской, Витебской, Гомельской и Брестской областях. Более 40% выпускаемой продукции экспортируется. Основной торговый партнер – Россия. В настоящее время экспорт в данный регион составляет более 50%. Поставки в Российскую федерацию осуществляются через собственную товаропроводящую сеть – ООО «Торговый Дом Беллакт». Остальная доля поставок приходится на Казахстан, Украину, Узбекистан, а также в страны дальнего зарубежья: Монголию, Пакистан, Ливию, Венесуэлу, Саудовскую Аравию.

Сильные стороны предприятия – отсутствие в области и республике предприятий, производящих аналогичную продукцию, высокий уровень качества продукции, высокий уровень конкурентоспособности продукции, наличие постоянных заказчиков.

Слабые стороны – не используются инструменты мерчендайзинга, не проводятся PR-компании, направленные на увеличение потребительского спроса на молочную продукцию и информирование потребителя о

новинках, свойствах продукции, не проводится совместная реклама с розничными торговцами

Производственный аспект исследования.

Существующие производственные мощности характеризуются европейским уровнем переработки молока, современными технологиями производства продукции, высоким уровнем лабораторного и технологического контроля на всех стадиях производства. В настоящее время максимальная мощность переработки молока составляет около 700 т в сутки или 255 тыс. т в год. Сухое молоко и др. сухие консервы, молоко сгущенное, сливки пастеризованные (консервный цех) – 10300 т/год, детское питание, специализированные сухие продукты, СЦМ (консервный цех) – 7330 т/год, каши для детского питания (консервный цех) – 1291 т/год, Масло животное, спреды (консервный цех) – 2890 т/год, цельномолочная продукция (цельномолочный цех) – 71200 т/год, сухое молоко, сухая сыворотка, сухие продукты для животных (цех 3ЦМ) – 4050 т/год.

Увеличение мощностей предприятия связано с приобретением и вводом в эксплуатацию оборудования для выпуска жидкого и пастообразного детского питания годовой производительностью 22 тыс. т.

Сильные стороны предприятия – небольшая производственная площадь, наличие собственного вспомогательного производства, высокие требования к качеству продукции, постоянное совершенствование ассортимента, внедрение инновационных видов продукции.

Таблица 2 – Коэффициенты загрузки производственных мощностей

Наименование продукции	Коэффициент загрузки, %		
	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Сухое молоко и др. сухие консервы, молоко сгущенное, сливки	83,8	70	74,3
Детское питание, специализированные сухие продукты, СЦМ	88,5	70	74,3
Каши для детского питания	24,2	83,8	89,1
Масло животное, спреды	63,2	51,9	50,2
Цельномолочная продукция	97,9	100	100
Сухое молоко, сухая сыворотка, сухие продукты для животных	85,4	100	100

Слабые стороны – неполная загрузка действующих мощностей, недостаточно высокая степень обновляемости продукции, наличие срывов в поставке сырья, необходимость создания специальных технологических условий.

Финансовый аспект исследования.

За 2013 г. предприятие переработало 153300 т молочного сырья (без учета сыворотки, что составляет только 93,4% к уровню прошлого года). Годовой объем производства в натуральном выражении получен в разме-

ре: сухие консервы – 12651 т (темп роста к уровню 2010 г 105%); масло животное, спреды – 1660 (91%); цельномолочная продукция в пересчете на молоко – 45472 т (101,6%); нежирная продукция в пересчете на обезжиренное молоко – 4458 т (158,8%); сыры жирные – 109 т (163%); сухое обезжиренное молоко – 1703 т (163%); заменители цельного молока, концентраты белково-жировые-1699 т (184,5%); сухая сыворотка – 3330 т (152,7%); сливки пастеризованные – 1422 т (71,1%).

Сильные стороны предприятия – использование льготных кредитов, хорошие показатели прибыли и рентабельности продукции по сравнению с основной массой предприятий, возможность получения предоплаты за продукцию.

Слабые стороны – рост инфляционных процессов, неплатежи дебиторов, дорогостоящий процесс производства.

Кадровый аспект исследования.

Принимая во внимание кадровый аспект исследования, было установлено, что число постоянных работников предприятия составляет 101 чел., включая руководство.

Сильные стороны предприятия – собственная система обучения рабочих и служащих, внимание и интерес руководителей ко всем новшествам в области управления персоналом, заинтересованность работников предприятия в результатах своего труда и сохранении рабочих мест, высокий квалификационный, профессиональный и образовательный уровень персонала, сплоченность коллектива.

Слабые стороны – отсутствие собственной базы для профессиональной подготовки и повышения квалификации кадров, понижение уровня заработной платы по сравнению с доперестроечным периодом, отсутствие новых методик в области управления персоналом.

Организационный аспект исследования.

Непосредственное управление деятельностью предприятия осуществляет директор.

Сильные стороны предприятия – руководство имеет налаженные связи с другими предприятиями, осуществляется целенаправленная политика руководства на нововведения.

Слабые стороны – организационная структура предприятия недостаточно гибкая, перегруженность директора по общим и организационным вопросам, не отлажена система коммуникаций на предприятии.

Экологический аспект исследования, учитывающий влияние внешней среды.

Т. к. предприятие расположено в черте города, то экологическая обстановка является весьма важной и подлежит изучению. В ходе исследо-

вания было установлено, что на предприятии осуществляется безотходная технология производства продукции.

На Волковысском ОАО «Беллакт» разработана, внедрена и функционирует система управления окружающей средой производства и хранения продукции. На территории предприятия находится 41 источник выбросов. Предприятие относится к 3 классу опасности.

Сильные стороны предприятия – уделяется большое внимание экологической обстановке вокруг предприятия, используется все доступные меры для ее улучшения.

Слабые стороны – недостаточно денежных средств для приобретения оборудования и осуществления природоохранных мероприятий.

Заключение. У ОАО «Беллакт» есть реальные возможности для осуществления инновационной деятельности в сфере производства продукции. Первые шаги в продвижении инноваций на предприятии уже сделаны.

Сильные места в производственно-хозяйственной и инновационной деятельности:

- на протяжении последних лет предприятие старается использовать свои производственные мощности на 100%.

- ориентация продукции на отечественного покупателя, что обеспечивает более высокий уровень рентабельности по сравнению с реализацией за пределы Республики Беларусь;

- выпускаемая продукция является продовольственным товаром, спрос, на который характеризуется низкой эластичностью и в небольшой степени реагирует на снижение уровня доходов населения. Реализация продукции на рынке сбыта дает возможность получать значительный и стабильный доход, который позволяет обеспечить бизнесу долговременный потенциальный рост;

- высокая репутация у потребителей, которая поддерживается безусловным выполнением договорных обязательств;

- высококвалифицированные и опытные кадры управления, в том числе ИТР, имеющие значительный стаж работы на производстве. На предприятии имеется в наличии производственный потенциал, соответствующей численности и квалификации. Коллектив обладает значительным опытом работы в производстве продукции, работники живо воспринимают введение новшеств;

- географическая близость поставщиков.

Слабые места:

- в некоторых цехах имеется в значительной степени устаревшее оборудование (как физически, так и морально), что приводит к высокой энергоемкости выпускаемой продукции. Необходимо тщательно планиро-

вать инновационный проект, учитывая не только внутренний потенциал, но и внешнее воздействие;

- рост затрат на производство в связи с приравнением цен на топливно-энергетические ресурсы к мировым;
- отсутствие информации по новейшим технологиям;
- отсутствие финансов для внедрения инноваций. В настоящее время у предприятия мало источников финансирования на будущее.

Шансы:

- отсутствие жесткой конкуренции по данной продукции у отечественных производителей;
- потенциальные возможности роста спроса на отечественном рынке вследствие планируемого роста доходов граждан.

Угрозы:

- сильные конкуренты из др. стран, где себестоимость аналогичной продукции значительно ниже, чем в Республике Беларусь;
- незащищенность внутреннего рынка от аналогичной продукции;
- замедление роста выпуска продукции маловероятно, однако возможно, вследствие наступления непредвиденных обстоятельств, угрожающих экономике (природные катаклизмы, прекращение поставок топливно-энергетических ресурсов и др.);
- изменение налоговой политики в ближайшие годы маловероятно.

В методике, по нашему мнению, приведен перечень наиболее существенных аспектов. Однако он не является исчерпывающим и универсальным, поэтому в зависимости от целей и направления деятельности конкретного предприятия может быть расширен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дыканец В.П., Чурейно О.И. Инновационное развитие сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Волковысского района. Сборник научных трудов «Сельское хозяйство-проблемы и перспективы» – Том 17 – Гродно, 2012.
2. Официальный сайт ОАО «Беллакт». [Электронный ресурс]. / Режим доступа: <http://www/bellact.com/about/>. – Дата доступа 25.05.2012.
3. Официальный сайт Волковысского районного исполнительного комитета. [Электронный ресурс]. / Режим доступа: <http://www/volkovysk.grodno-region.by/ru/economy/promyshlennost>. – Дата доступа 25.05.2012.
4. Михальчя А.П., Бутенко О.Л. Пути повышения конкурентоспособности ОАО «Беллакт». Материалы X11 международной студенческой научной конференции Гродно 2011