

2. Гернеза В.В. Управление затратами на предприятии общественного питания // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 6. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/06/55042>.

3. Головкин М.В. Институциональные барьеры модернизации российской экономики // Экономические исследования. 2012. №4. URL: http://www.erce.ru/internet-magazine/all_archive/32/497/.

4. Доможирова О.В. Методические аспекты оптимизации материальных затрат на предприятии / О.В. Доможирова, М.Н. Несмеянова // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. № 5. С. 244–247.

5. Чайковская Л.А., Инвестирование продуктовых и технологических инноваций на предприятиях лесопромышленного комплекса как фактор повышения их конкурентоспособности и дохода / С.А. Филин, С.В. Хоршикян // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 2. С. 25–35.

6. Доможирова О.В., Резниченко А.А., Обласов С.С. Проблема управления затратами на предприятии на основе улучшения использования основных // Белгородский экономический вестник. 2019. №2(94). С. 16–21.

7. Слабинская И.А., Атабиева Е.Л., Слабинский Д.В., Ковалева Т.Н. Бухгалтерский учет: в 10 ч. Ч. 5. Учет затрат на производство – Белгород: Изд-во БГТУ, 2014. 348 с.

Рекомендовано кафедрой
экономики и организации
производства БГТУ

канд. экон. наук, профессор
О.В. Доможирова,
А.Е. Сидельников
Белгородский государственный
технологический университет
им. В.Г. Шухова

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Динамическое развитие экономики требует от любого предприятия уметь реагировать на внешнюю и внутреннюю среду. Каждый предприниматель должен идти в ногу со временем и для поддержания своей финансовой стабильности и роста совершать различные нововведения в производство, модернизировать его, улучшать всеми возможными способами.

В этом и заключается сущность инновационной деятельности предприятия. Инновации – это внедренное нововведение, которое востребова-

но рынком и в последствии приводящее к росту эффективности процессов или продукции. В первую очередь инновации необходимы, чтоб предприятие получало более высокую прибыль, сохраняло свои позиции на рынки или вовсе улучшала их. Введение инноваций может преследовать различные цели:[4]

- 1) повышение качества продукции;
- 2) использование новых технологий;
- 3) уменьшение себестоимости продукции;
- 4) сокращение времени на производство
- 5) повышение производственной мощности;
- 6) выход на новые рынки;
- 7) достижение стратегических целей и др.

В общем оценить инновационную активность предприятия можно с определением затрат, которые осуществляет организация на инновации. Но так как ресурсы у любого экономического субъекта ограничены, то становится актуальным создание высококачественной системы управления затратами на инновационную деятельность. Затраты на инновации – это денежное выражение расходов связанных с внедрением различных новшеств и осуществлению работы с ними.

Размер данных затрат напрямую зависит от различных факторов, которые определяют величину издержек необходимых для проекта на различных его стадиях. По структуре жизненного цикла, выделяют следующие затраты:[1]

1) Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Затраты на заработную плату работников выполняющих научные разработки, изучение новшества, анализ и т.д.; затраты на проведение экспериментов, анализ рынка и потенциальных потребителей.

2) Технологическую подготовку. Стоимость необходимых материалов, сырья, оборудования, топлива или прочих видов энергии; модернизация, различные улучшения устарелых основных средств; освоение новых производственных площадей; наращивание оборотных активов; программные средства необходимые для нового оборудования; пробные попытки производства; изменение организационных структур; расходы по управлению качеством и т.д.

3) Производственную организацию инноваций. Это расходы связанные непосредственно с производственным процессом. Сюда входят все издержки по изготовлению новых товаров. Уже на данной стадии не должно быть никаких ошибок и просчетов, так как при закрытии проекта организация буде нести огромные убытки скопившиеся на первых двух стадиях.

4) Внедрение новшества. Это само распространение новой продукции на рынке. Затраты на маркетинг, рекламу, на логистику, аренду складов для готовой продукции и т.д.

Управление затратами при инновационном процессе должно опираться на конечный целевой критерий, определяемый отношением полученной прибыли к затратам или используемым в работе ресурсам. Показатели эффективной работы будут отражаться в динамике рентабельности активов и рентабельности капитала. Так же можно проанализировать и рентабельность инноваций рассчитанный как отношение дохода к инновационным затратам.

Совокупность всех затрат – это один из главных показателей деятельности любой коммерческой организации. Однако для инновационной деятельности это остается на втором плане, так как организация стремится получить более высокую прибыль не за счет низких затрат, а за счет фактора новизны данного товара. Но при этом прогнозирование, расчет и управление затратами являются частью инновационной деятельности, ведь если это совместить с новизной, можно получить более высокий эффект [3].

На величину затрат при создании инновационного продукта влияют следующие факторы:

1. Фактор времени. Чем дольше процесс создания и внедрения нового проекта, тем труднее прогнозирование. Для этого в обосновании проекта используется процесс расчета будущей стоимости – дисконтирование, но изменчивость среды и ее непредсказуемость могут вынудить сделать непредвиденные ошибки в расчетах.

2. Масштабность проекта. Чем больше проект – тем больше затраты. Если инновации предполагают небольшие изменения, незначительные вложения, то организация опирается на собственные возможности. Но если для организации внедрения инноваций требуется огромные вложения, полное переосмысление производства и это затрагивает всё предприятие в целом, то как правило, средства на реализацию данных проектов привлекаются со стороны.

3. Масштабность организации. Чем крупнее организация – тем легче ей вести инновационную деятельность. Инновации всегда связаны с риском, а у более крупных предприятий есть уже устоявшаяся “подушка безопасности” в виде накопленной ею прибыли и капитала. При неудаче проекта такая организация понесет убытки, а более маленькая организация, при данном сценарии, просто обанкротится.

4. Степень использования собственных ресурсов. Сюда входит стандартизация и унификация решений, интеллектуальные наработки и

опыт. Чем чаще повторяются различные работы, тем меньше удельные затраты на каждое последующее действие.

5. Уровень цен и тарифов на инновационные ресурсы и выполнение организационно-правовых действий.

Данные факторы в большой мере влияют на совокупный уровень инновационных затрат. По этой причине, с целью минимизации рисков и отрицательного воздействия перечисленных факторов, любая организация должна стремиться к созданию эффективной системы управления инновационной деятельности и инновационными затратами.

Система управления затратами организации дает возможность объективно оценить необходимый уровень затрат на инновационную деятельность, рассчитать калькуляцию затрат в отношении уровней будущей себестоимости и цен, денежного потока и объемов продаж [5].

Инновационная деятельность представляет собой трудоёмкий и долгий процесс. Реализация любой идеи должна начинаться с подготовки календарного графика работ который скоординирует и структурирует инновационную деятельность. Отталкиваясь от данного графика разрабатываются цели, задачи, планируются поэтапные затраты инновационной деятельности. Затраты сопоставляются с аналогичными фактическими, выявляются отклонения, проводится анализ причин, находятся пути уменьшения затрат.

Сложенная система управления затратами на предприятии – часть успеха любой организации.

Библиографический список

1. Баранчев В.П. Управление инновациями: Учебник для вузов по экономическим спец. / В.П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. М: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2017. 711 с.

2. Молчанов В.Д., Молчанова Я.В. Проблемы финансирования инновационной деятельности предприятий в России // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. №4. С. 229–231.

3. Пугачева М.А., Латыпова Э.Р. Управление затратами предприятия / М.А. Пугачева, Э.Р. Латыпова // В сборнике: Экономический форум «Экономика в меняющемся мире» Материалы Экономического форума с международным участием. Сборник научных статей. 2017. С. 42–44.

4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов. 6-е издание, СПб.: Питер, 2016

5. Яковлева Е.Н. Управление затратами (для бакалавров) / Е.Н. Яковлева. М.: КноРус, 2018. 690 с.

6. Доможирова О.В., Подолянко О.Ю. Анализ инновационных рисков с учетом современных тенденций в инновационной деятельности // Белгородский экономический вестник. 2019. №4. С. 37–41.

Рекомендовано кафедрой
экономики и организации
производства БГТУ

д-р экон. наук, профессор
Е.Д. Щетинина,
магистрант
Велез П. Андреа
Белгородский государственный
технологический университет
им. В.Г. Шухова

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СФЕРЫ УСЛУГ: СПЕЦИФИКА И ПОХОДЫ

Конкурентоспособность является одной из наиболее часто упоминаемых тем экономической теории в последние столетия. Следует отметить, что тема вызывает много споров. Основная деятельность компаний на рынке связана с их охватом, привлекая и делая верными своих потребителей или клиентов. У компании есть конкурентное преимущество, если у нее есть лучшее место, чем у ее конкурентов, как для обеспечения клиентов, так и для защиты от конкурентной силы. Эта статья содержит концептуальные и теоретические элементы, которые имеют значение для конкурентоспособности в мире услуг. Он, в свою очередь, содержит диаграммы, в которых подробно описываются его факторы и различия.

В настоящее время большинство исследований заявляют, что для того, чтобы компания была конкурентоспособной, она должна располагать, развертывать и разрабатывать свои собственные системы планирования, организации, управления и контроля с целью достижения позиции удовлетворения людей, которые присоединяются к ней, опираясь на внутреннюю и внешнюю информационную систему, способную дать ей возможность двигаться вперед и углублять изменения, которые существуют в ее среде.

- Что требуют наши пользователи?
 - Как мы и наша компетентность реагируем на новые потребности?
- Это только два вопроса, которые компания должна иметь.