

**И. В. ДЕРБЕЕВА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия) Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Основной целью инноваций в коммерческой деятельности является обеспечение высокого качества процессов купли-продажи и товародвижения, торгового обслуживания и торговой деятельности в целом, создавая тем самым необходимые условия для роста производительности труда, снижения затрат и повышения эффективности работы организации в целом.

Инновации являются следствием человеческой идеи, творческого процесса, изобретений, открытий, конечным результатом которых выступает внедренное новшество, обеспечивающее качественный и эффективный рост процесса или продукции, которое остро востребовано рынком и представляет собой совокупность работ, обеспечивающих такую реализацию торгового процесса, при котором будут использоваться наиболее рациональные способы в соответствии с конкретными хозяйственными условиями.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как итоговый результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или же усовершенствованного товара или технологического процесса, который используется в практической деятельности [1, с. 94-95].

Инновационная деятельность как объект управления характеризуется рядом параметров, управление которыми вызывает большие сложности. Например, функции менеджера направлены на поддержание достигнутого состояния системы, приобретение ею нового качественного состояния и достижение баланса между элементами. Инновационные системы имеют три вида параметров: состояния, управления и возмущающие параметры. Менеджер для поддержания достигнутого уровня системы опирается на параметры состояния. Даже эти сравнительно простые параметры имеют свою специфику в отношении инновационной деятельности. Они характеризуют неравновесность процессов, различную скорость процессов на разных стадиях, неравномерность течения процессов, изменчивость показателей структуры процесса, сложные переплетения пространственно-временных и причинно-следственных связей [1, с. 186-189].

Проанализировав материал по данной теме, мы выявили ряд проблем внедрения инновационных технологий в коммерческую деятельность:

– первой проблемой, тормозящей процесс внедрения, являются экономические риски. Чтобы начать производство инновационного продукта, предприятию необходимо сначала провести обширные маркетинговые исследования, стоимость которых довольно велика, и вопрос об их проведении зачастую становится «камнем преткновения» в создании малого или среднего предприятия;

– следующая проблема состоит в том, что законодательная база страны недостаточна в области инновационной деятельности;

– третья проблема – стереотипы. Она состоит в том, что работники фирмы могут оказаться неспособными принять нововведение;

Суть инновационной деятельности заключается в максимизации получения социально-экономического эффекта за счёт повышения эффективности использования интеллектуального потенциала. Согласно данным журнала «Экономист» основной причиной слабой конкурентоспособности отечественного

производства 71 % опрошенных руководителей промышленных предприятий считают недостаток собственных средств, 27 % – неприемлемые условия кредитования, 26 % – недостаток инвестирования, 16 % – отсутствие необходимого оборудования.

Одним из условий расширения экспортных поставок является наличие электронной эксплуатационной документации и технологической поддержки с помощью Интернет-технологий. Это позволяет привлечь новых заказчиков продукции, поднять уровень продаж, расширить рынки сбыта за счёт сегмента пользователей Интернет, снизить затраты на создание и поддержку сайтов предприятий товаропроводящей сети, экономить на операционных издержках за счет переноса части сделок в Интернет, повысить эффективность работы с клиентами в ходе рекламных компаний [2, с. 290-294].

Скорость и удобство получения информации потребителем являются еще одним критичным фактором в принятии решений о покупке. Поэтому в процессе взаимодействия с потребителем необходимо обеспечить ему самостоятельный доступ ко всей необходимой для него информации о продукте и производителе, информации об изделии на всех этапах его жизненного цикла.

Интегрированная информационная среда позволяет проследить не только путь или содержание какого-либо документа, найти информацию или увидеть статистику, но и получить все необходимые данные в реальном масштабе времени о состоянии дел на производстве, движении ресурсов, о любом выпущенном изделии и мнении потребителей о продукции предприятия и др.

Только располагая достоверной и своевременной информацией, руководитель может принимать обоснованные решения, как по тактическим, так и по стратегическим вопросам развития предприятия [2, с. 61-62].

Из всего вышесказанного можно сделать однозначный вывод. Инновационные вложения должны быть выгодными. Чтобы достичь необходимого уровня, нужно совершенствовать условия государственной поддержки, законодательную систему, вводить различные нормы и ограничения, стимулирующие использование новой техники, а также разработать более гибкую кредитную политику и другие меры. Современное общество должно быть заинтересовано в инновациях, а предприятия – обладать возможностью поддерживать их со своей стороны экономически. Таким образом, инновации станут для нас законом развития. Именно в этом кроется научное и практическое значение исследуемой проблемы.

#### Список используемой литературы

1 Памбухчиянц, О. В. Организация и технология коммерческой деятельности: учеб. / О. В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2012. – 638 с.

2 Козлова, В. Н. Коммерческая деятельность предприятия. Стратегия, организация и управление: Н. Козлова. – СПб.: Политехника, 2005. – 322 с.