

**ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА МОДЕРНИЗАЦИИ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**
*Новиков Дмитрий Федорович, студент 1 курса магистратуры
факультета Менеджмента и маркетинга
Харьковский национальный экономический университет
имени Семена Кузнеця*

Для повышения конкурентоспособности машиностроительных предприятий по внедрению инновационных технологий требуется изыскание новых путей по усовершенствованию сервисного обслуживания клиента. Для этого необходимо провести анализ и обоснование особенностей внедрения инновационных технологий на промышленных предприятиях.

На современном этапе развития экономики Украины сложилась большая конкуренция на рынке внедрения инновационного оборудования, инструмента (иностранный производства). Это связано с тем, что отечественная промышленность не производит оборудование и инструменты, конкурентоспособные по производительности и качеству иностранным аналогам. Но требования мирового рынка заставляют отечественные промышленные предприятия внедрять у себя в производстве иностранные технологии для обеспечения возможности конкурировать на мировом рынке. Стоимость иностранного инструмента отличается своей дороговизной. В эту стоимость входит: себестоимость и дополнительная стоимость производства, затраты на транспортировку и таможенное оформление товара, затраты и дополнительная прибыль фирмы, которая непосредственно внедряет инструмент.

ООО Технический Центр “ВариУс” (г. Днепропетровск) и Фирма “ДиМерус Инженеринг” ООО (г. Харьков) независимо друг от друга представили обобщенные расчеты экономической эффективности внедрения иностранного инструмента. Из этих расчетов получается: в среднем 22% себестоимости изготовления изделия составляет стоимость сырья и материалов, 3% – затраты на инструмент, 75% – стоимость оборудования, заработной платы и накладных затрат. Если же цену инструмента, закупаемого предприятием, уменьшить на 20%, то суммарная экономия составит только 0,6%; если же увеличить срок службы инструмента на 50%, то суммарная экономия составит 1,5%; а если с помощью иностранного инструмента увеличить производительность на 20%, то размер стоимости оборудования, заработной платы и накладных расходов в себестоимости товара уменьшится на 15%. Поэтому, при увеличении стоимости инструмента на 50% произойдет увеличение производительности и суммарная экономия производства составит 13,5% (рис. 1 [1]).

На малых и средних предприятиях при принятии решений о внедрении иностранного инструмента участвуют в основном 1-2 человека (руководители предприятия). Любой руководитель заинтересован в уменьшении себестоимости производства, но из-за отсутствия понимания о взаимосвязи между экономикой и техникой, стремится к уменьшению только цены на инструмент, не учитывая при этом эффекты, связанные с увеличением производительности

труда, срока службы инструмента и снижением себестоимости производимой продукции.

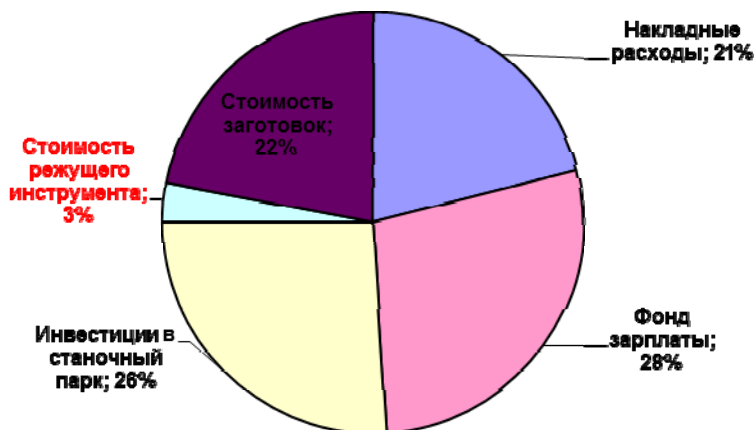


Рисунок 1 – Распределение затрат на металлообработку [1]

На крупных предприятиях данные эффекты учитываются, т.к. процесс рассмотрения и принятия решения проходит через многие службы (главного инженера, главного технолога, инструментальный отдел, отдел снабжения, службу экономической безопасности и т.д.), где работают квалифицированные специалисты, способные разобраться с преимуществами от внедрения предлагаемых проектов. Так же в этом случае в связи с участием большого количества специалистов разного профиля уменьшается субъективизм в окончательном принятии решения.

При внедрении инновационного инструмента нельзя обойтись без организации командной работы специалистов, участвующих во внедрении [2, 3]. Исследовав процесс работы двух фирм, занимающих лидирующее положение на украинском рынке по внедрению инструмента, необходимо отметить, что со стороны фирмы-поставщика должны участвовать менеджер по продажам и технолог, который консультирует менеджера по техническим вопросам, а также проводит технические испытания и отбор необходимого инструмента. Со стороны заказчика должны участвовать: руководитель, принимающий решение, технолог, который согласовывает с менеджером правильность выбранного инструмента и разрабатывает техническое задание, а также рабочие-станочники. Менеджер по продажам должен выступать в качестве лидера данной команды. От умения сплотить вокруг себя всех людей, занимающихся внедрением нового инструмента, зависит эффективность данного внедрения. Для успешного формирования команды следует правильно подобрать ее состав, поставить перед ней цель, разработать критерии оценки конечного результата, создать мотивационные условия для всех членов команды. В связи с тем, что в нашем случае лидер не может подбирать людей со стороны заказчика, то он должен суметь в короткие сроки организовать дружескую и творческую атмосферу внутри команды и установить контакт со всеми ее членами. Рекоменда-

ции по усовершенствованию умения быстро “сходиться с людьми” описаны в книге Дейла Карнеги “Как приобрести друзей и оказать влияние на людей”.

В зависимости от потребностей предприятия-заказчика при внедрении нового инструмента решаются следующие задачи: повышение производительности труда и тем самым уменьшение себестоимости производства, повышение срока службы инструмента, уменьшение цены на инструмент и сроков их поставки, улучшение сервисного обслуживания. Эффективность решения этих задач оценивается критериями, которые устанавливаются индивидуально с каждым заказчиком. Критериями могут выступать: повышение режимов резания, увеличение стойкости инструмента, достижение более качественной обработки, уменьшение вспомогательного времени на замену инструмента (подбор универсального инструмента для всего процесса обработки на одном станке), сокращение сроков поставки партии инструмента и недопущение сбоев поставки. Главным мотивирующим фактором для членов команды со стороны поставщика является денежное вознаграждение, определяемое процентом от стоимости внедренного инструмента, а со стороны заказчика (кроме станочников) – денежное вознаграждение, выплачиваемое предприятием-заказчиком, в зависимости от величины снижения себестоимости производства или от снижения потерь от брака. Для рабочих-станочников главным мотивирующим фактором является возможность произвести за смену большее количество деталей и тем самым получить большую заработную плату.

Как показывает практика, некоторые сотрудники со стороны заказчика хотят получать еще и денежное вознаграждение от предприятия-поставщика за принятие ими решения по внедрению инструмента в пользу данного поставщика. Эти люди показывают равнодушие к развитию своего предприятия, а также и экономики государства, к улучшению благополучия всех граждан. Они заботятся лишь о личном обогащении.

Таким образом, в связи с тем, что поскольку отечественная промышленность не обеспечивает себя качественным инструментом, при производстве изделий приходится использовать иностранный инструмент. Но так как на рынке существует большое предложение и обширный ассортимент инструмента, процесс его внедрения в производство требует применения командной работы как со стороны поставщика, так и со стороны заказчика. Поэтому менеджеру по продажам предприятия-поставщика приходится выступать в качестве лидера данной команды, и от его лидерских способностей будет зависеть результат внедрения.

Список литературы:

1. Жовтобрюх В.А., Новиков Ф.В., Бенин Е.Ю. Определение оптимальных условий механической обработки по наименьшим затратам на операцию // Наукові праці ДонНТУ. Серія: Машинобудування і машинознавство. Випуск 9(205). – Донецьк: ДонНТУ, 2012. – С. 142-146.
2. Карякин А.М. Командная работа: основы теории и практики / Иван. гос. энерг. ун-т. – Иваново, 2003. – 136 с.
3. Теория и практика командообразования. Современная технология создания команд / Под ред. Т. Д. Зинкевич-Евстигнеевой. – СПб.: Речь, 2004. – 304 с.