



Этапы управления инвестициями

Повышение инвестиционной активности предприятий является фактором такой составляющей развития страны, как экономический рост. Свое выражение экономический рост находит в уве-

личении валового внутреннего продукта, совершенствовании технологической структуры производства, росте уровня и качества жизни населения.

**Секция «Экономика лесопромышленного комплекса»,
научный руководитель – Ляпунова А.Н., канд. техн. наук**

**ПРОГРАММНЫЕ ПРОДУКТЫ В СИСТЕМЕ
СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВЫХ
ИННОВАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Баштовая И.К., Ляпунова А.Н.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная
лесотехническая академия», Воронеж,
e-mail: anyutik777-78@mail.ru

Современный научно-технический прогресс немалозначим без интеллектуального продукта, получаемого в результате инновационной деятельности.

Инновация (англ. *innovation*) — это внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком [1].

В зависимости от технологических параметров инновации подразделяются на продуктовые и процессные. Продуктовые инновации включают применение новых материалов, новых полуфабрикатов и комплектующих; получение принципиально новых продуктов. Процессные инновации означают новые методы организации производства (новые технологии) [1].

Для обеспечения будущего мебельной промышленности в России необходимо прислушиваться к запросам потребителей, развивающимся предприятиям необходимо разрабатывать новые, оригинальные продукты. Вкус потребителей меняется очень быстро, и к этому необходимо приспосабливаться. Мебельным компаниям, которые хотят не просто выжить среди своих конкурентов, но и иметь большое будущее важно понять, что необходимо осуществлять продуктовые инновации.

Товар с новыми свойствами, производство и сбыт которого добавляется к уже существующему ассортименту, называют новым продуктом. Рассмотрим возможные этапы планирования и создания продуктовой мебельной инновации: нахождение дизайнерских идей; отбор идей – разработка замысла и (или) конструкторского решения создания нового продукта –

исследования покупательского спроса; экономический анализ; проведение опытно-конструкторских разработок, включая создание опытного образца; выпуск пробных партий изделий. Разработка нового товара должна быть четко спланирована и организована во времени, от тщательности проведения каждого этапа зависит конечный результат.

Наиболее важным этапом реализации продуктовой инновации в рамках создания новой мебельной продукции на наш взгляд является отбор идеи, поскольку в настоящее время предприятия мебельной промышленности должны приспосабливаться к быстрым изменениям моды. Знание тенденций, господствующих на рынке, а также поведения потребителей относительно создаваемого нового продукта являются залогом дальнейшей продуманной стратегии производства.

Одним из путей минимизации затрат на данном этапе является использование электронных инновационных технологий, обеспечивающих выбор вариантов сборки, цветовой гаммы будущего изделия.

Одной из таких инновационных технологий является программа «ELARBIS-Vision». Это новый инструмент созданный специально для того, чтобы помочь производителям изучить спрос на новые виды продукции, а продавцам мебели повысить продажи.

Применение технологии «ELARBIS-Vision» позволяет покупателю увидеть максимально реалистично товар-новинку на экране компьютера. Использование шоу-рум «ELARBIS-Vision» в мебельном салоне даст возможность показать покупателю модели не в одном цветовом решении, а в нескольких, изучая при этом покупательские предпочтения и спрос. Это удобный и эффективный инструмент, он позволяет ярко продемонстрировать на экране компьютера реалистичные 3D-модели мебели в различном исполнении. Шоу-рум «ELARBIS-Vision» позволяет в подробностях рассмотреть выбранные модели и увидеть их в различных вариантах отделки. При подготовке трехмерных моделей мебели учитываются все особенности изделий: размеры, пропорции, дополнительные элементы, виды швов, складки и многое дру-

гое. Каждая модель проходит внутренний контроль на соответствие оригиналу и, при наличии неточностей, отправляется на доработку. Такой подход позволяет получать трехмерные модели мебели максимально приближенные к «живым». При показе мебели в шоу-рум «ELARBIS-Vision» возможно использование интерьерного окружения. Такой способ демонстрации позволяет усилить впечатления покупателя и убедить в сочетаемости изделия и интерьера для которого изделие приобретается.

Предприятие сможет сэкономить значительные средства на изучении спроса на изделия, которые только планируются к производству. В этом случае 3D-модели таких изделий должны демонстрироваться на местах продаж, а менеджеры при этом имеют возможность собрать отзывы покупателей для последующего анализа.

Таким образом, программа помогает повысить эффективность мероприятий по изучению покупательского спроса на товар-новинку за счет качественной демонстрации мебели и быстрого поиска нужного варианта. Используя эту технологию, предприятия получают уникальную возможность упростить процесс окончательного выбора конструкторского и дизайнерского решений, тем самым, исключить затраты на создание «ненужных выставочных образцов». Кроме того, изучив возможности покупательского спроса более тщательно можно определить объем выпуска пробных партий новой продукции.

С точки зрения инновационного маркетинга программу можно использовать в роли рекламы. Если в мебельном салоне разместить на видном месте большой монитор (плазма или LCD-телевизор), подключенный к компьютеру с шоу-рум «ELARBIS-Vision», то это может привлечь внимание проходящих мимо людей и подтолкнуть их к мысли о приобретении новой мебели.

Установив виртуальный шоу-рум «ELARBIS-Vision» на ноутбук, фирма имеет возможность получить мобильный офис продаж или стол заказов. В этом случае предприятие сможет сэкономить значительные средства на аренде торговых площадей и открыть столы заказов практически во всех торговых центрах. Продажи можно также осуществлять непосредственно у самого заказчика, выезжая к нему домой. Удобство программы заключается в том, что она не требует специализированного оборудования и может быть установлена на любой современный компьютер. Программа не требует специальной подготовки пользователя и осваивается в течении нескольких минут. Интерфейс программы прост и интуитивно понятен и при этом функционален. Достаточно чтобы продавец обладал элементарными навыками работы с мышью – это все что нужно для полноценной работы с «ELARBIS-Vision». Важнейшим качественным аспектом системы «ELARBIS-Vision» является создание высокоточных 3D-моделей изделий.

Благодаря этому инновационному программному обеспечению инновационная деятельность предприятия, занимающегося производством и реализацией мебели может проходить в следующих направлениях:

- внедрение новых способов реализации, инновационный маркетинг изделий мебельной промышленности, инновации в рекламе мебели; разработка новых и совершенствование старых методов закупки товаров, оптимизация закупочного цикла;
- совершенствование способов сборки и установки мебели;
- создание продуктовых инноваций – разработка и внедрение новых комплектов мебели, разработка нового дизайна и конструкций мебели.

Все эти направления в комплексе будут способствовать инновационному развитию мебельного предприятия.

Список литературы

1. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность: учебное пособие – М.: ЭКЗАМЕН, 2001. – 267 с.
2. Электронный ресурс: <http://vision.elarbis.com/about>.

**СИСТЕМА ПЛАНИРОВАНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ ЛПК В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО
ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА**

Бударина О.С., Николаенкова О.П.

*ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная
лесотехническая академия», Воронеж,
e-mail: anyutik777-78@mail.ru*

Глобальный экономический кризис, начавшийся в 2008 г., без сомнения затронул лесопромышленный комплекс России. По данным Минэкономразвития РФ, индекс по лесозаготовке в январе-августе 2009 к соответствующему периоду 2008 г. составил 84,9%. Падение общих объемов экспорта деловой древесины на 45,6% произошло преимущественно вследствие уменьшения поставок в основные страны – импортеры российского круглого леса (страны Евросоюза, Японию, Китай). Снижение объемов экспорта пиломатериалов на 5,4% обусловлено сокращением поставок на европейский и африканский рынки. Кроме того, за рассматриваемый период сократился объем экспорта клееной фанеры (на 6,7%) и древесной целлюлозы (на 25,2%). Ситуация обостряется еще и тем, что внутренний спрос на древесину в связи с затяжным кризисом упал [1].

Особое внимание в сложившейся ситуации на уровне предприятия должно уделяться планированию с целью обеспечения наиболее эффективной работы в условиях нестабильной рыночной экономики. В основе планирования деятельности предприятия, обеспечивающего его развитие лежит возможность минимизации внутренних и части внешних рисков лесопромышленных предприятий.

Правильным выбором долгосрочной стратегии развития определяется устойчивая эффективная работа предприятий лесопромышленного комплекса, их экономический рост и развитие.

Сегодня даже крупные заготовительные компании, которые раньше занимались только экспортными поставками круглого леса и успешно на этом зарабатывали, установили собственные лесопильные мощности и увидели, что переработка леса (даже первичная) дает реальные возможности зарабатывать больше. Именно те компании, которые работают на новом усовершенствованном оборудовании, а также те, кто инвестирует в строительство новых мощностей или модернизацию уже работающих, имеют возможность выйти из кризиса с положительным результатом [1].

На сегодняшний день перед многими предприятиями лесопромышленного комплекса стоит задачи разработки антикризисной стратегии, основными подходами планирования которой в условиях кризиса являются:

- создание и реализация проекта по организации переработки низкокачественной древесины;
- сохранение гибкости управления производством;
- создание новых мощностей или модернизация действующих;
- снижение себестоимости продукции;
- прекращение производства низкорентабельных изделий.

В рамках выбранной стратегии предприятиям следует разрабатывать тактические планы на один год,