

statisticheskikh-poka-zatelyakh-razvitiya-tsifrovoy-ekonomiki-v-respublike-belarus/ (дата обращения: 06.03.2023).

5. Национальные статистические показатели развития цифровой экономики в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-word/Methodology/Metodika_cifr_ek_31_01_2019.doc (дата обращения: 10.03.2023).

6. Мерзлов И.Ю., Шилова Е.В., Санникова Е.А., Сединин М.А. Комплексная методика оценки уровня цифровизации организаций // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Том 10. – № 9. – С. 2379-2396. [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44062798> (дата обращения: 11.03.2022).

7. Методика оценки уровня отраслевой цифровизации. [Электронный ресурс]. URL: https://mpt.gov.by/sites/default/files/spravочно_2_metodika/_ocenki_urovnya_cifroviza-cii.pdf (дата обращения: 12.03.2022).

8. Новикова И. В., Равино А. В. Определение страновых особенностей цифровизации в государствах ЕАЭС // Труды БГТУ. Сер. 5, Экономика и управление. 2022. № 1 (256). С. 5–12.

УДК 658.5:005.591.6

Салкина Анна Борисовна
студентка, 2 курс

Водопьянова Татьяна Павловна
*д.э.н., профессор Кафедры менеджмента,
технологий бизнеса и устойчивого развития Белорусский государственный технологический университет
e-mail: anyasalkina42@gmail.com*

Салкина А. Б., Водопьянова Т. П.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «КЕРАМИН» В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрено понятие инновационной деятельности, ее основные аспекты и принципы действия на примере ОАО «Керамин».

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, маркетинг, технологические инновации, бизнес-модель, ОАО «Керамин».

Salkina A.A.

Vodopyanova Tatiana Pavlovna

Belarusian State Technological University

e-mail: anyasalkina42@gmail.com

INNOVATIVE ACTIVITY OF JSC "KERAMIN" IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Annotation. The article considers the concept of innovation activity, its main aspects and principles of action on the example of JSC "Keramin".

Keywords: innovations, innovative attractiveness, marketing, technological innovations, business model, JSC "Keramin".

Инновационная деятельность – это комплекс технических, технологических и управленческих мероприятий, обеспечивающих конкурентоспособность и устойчивое развитие организации. [2]

На практике инновация может быть представлена в виде разработки новых продуктов и услуг для завоева-

ния новой или существующей доли рынка, радикального обновления существующих товаров и услуг, чтобы отличать их от предложения конкурентов. В масштабе работы компании наличие инновационной стратегии означает совершенствование внутренних процессов для усиления компании, а также разработку новых бизнес-стратегий с целью создания потоков доходов.

Для более точного определения инноваций рассмотрим классификацию инновации по источнику инновации (рисунок 1).

Бизнес-инновации – способность находить новые источники дохода и обеспечения конкурентного преимущества среди других компаний. Этого можно достичь при помощи улучшения уже существующей модели ведения бизнеса, либо путем разработки новых бизнес-стратегий для достижения поставленных целей.



Рис.1. Классификация инноваций по источнику инноваций

Для внедрения инновации в бизнес-модель необходимо:

1. Проанализировать текущую бизнес-модель – определить свой целевой рынок и предложение.
2. Обеспечить согласованность бизнес-модели – выбранная бизнес-модель должна соответствовать долгосрочным целям компании.

3. Создание нового проекта и его тестирование.

Технологические инновации есть генерирование новых идей на основе технологий, знаний и возможностей для создания нового решения реальной или предполагаемой потребности и превращения этого решения в жизнеспособный проект. Стоит отметить, что во многих отраслях технологии играют главную роль в поиске конкурентных преимуществ и увеличении прибыли организации.

Новые технологии используются для:

- ускорения инновационных процессов;
- расширения возможностей на действующем рынке;
- создание новых продуктов и оказание услуг для действующего рынка;
- разработки новых проектов и внедрения их в инновации.

Маркетинговые инновации предполагают поиск, прежде всего, новых рынков и создание уникальных предложений, которые другие компании не могут предоставить.

Успеха в реализации маркетинговой инновации можно добиться путем запуска технологии, продукта или бизнес-модели на новых рынках, продвигая свое предложение новыми способами. [3]

ОАО «Керамин» – одна из крупнейших организаций по производству керамической плитки, керамогранита, изделий санитарной керамики и керамического кирпича, история которого уходит корнями в далекий 1950 год, когда Минским кирпичным заводом №10 была выпущена первая партия продукции. Тогда это был строительный кирпич. За 72 года «Керамин» стал одним из самых, технологичных и больших производств Беларуси и один из старейших и узнаваемых производителей керамической плитки на территории СНГ [1].

Инновационная деятельность ОАО «Керамин» заключается в разработке мероприятий по использованию научно-

го, научно-технического и интеллектуального потенциала предприятия с целью улучшения качества керамических изделий или разработки нового способа их производства.

ОАО «Керамин» при разработке инноваций использует проектный подход.

Проектный метод заключается в обучении, направленном не только на приобретение базовых знаний, умений и навыков, но и на развитие творческих способностей и формирование интеллектуальных возможностей в процессе разрешения проблемных ситуаций.

На предприятии установлены следующие основные показатели эффективности инновационного проекта:

– финансовая эффективность, которая учитывает все риски и последствия от реализации проекта.

– бюджетная эффективность, которая учитывает финансовые последствия для всех бюджетов.

– народно-хозяйственная экономическая эффективность, учитывающая затраты и результаты, выходящие за пределы прямые финансовых интересов участников проекта и допускающие стоимостное выражение.

Для успешной работы и масштабной реализации планов ОАО «Керамин» необходима детально проработанная инновационная стратегия.

ОАО «Керамин» на протяжении многих лет использует оборудование итальянской фирмы «SACMI», которое является мировым лидером в области производства оборудования для керамической промышленности. Стоит отметить, что для производства керамогранита организация применяет новейшие инновационные технологии и оборудование «LB», «SYSTEM» для производства высококачественной продукции.

Современная технология «ROTOCOLOR» позволяет выпускать плитку с неповторяющимся рисунком, кото-

рые имитируют камень, дерево, текстиль. Технология цифровой печати позволяет расширить спектр дизайнерских решений, максимально точно повторять природные текстуры. Использование этой технологии помогает оптимизировать время, оперативно производить крупные партии продукции. Технология сухого декорирования с применением установок «CROMA» и «COLOR VERTICAL DRY» позволяет создавать керамогранит с улучшенными эксплуатационными свойствами и значительно повышает прочность продукции.

Кроме производственного оборудования, ОАО «Керамин» постоянно разрабатывает выпуск новой продукции, для удовлетворения потребительского спроса, в частности, постоянно выпускается керамическая плитка различных форматов. Недавно ОАО «Керамин» выпустили плитку в формате 1200x600 мм – крупно-размерный гранит. В тоже время, впервые был представлен небольшой и оригинальный формат «дизайнерский» 275x77,5 мм плитки для облицовки стен. На данный момент, такие размеры востребованы потребителями. Кроме того, был выпущен клинкерный кирпич, который практически в три раза дешевле импортных аналогов. Ранее потребители могли приобрести подобную продукцию только импортного производства. Но на данный момент предприятие выпускает отечественные аналоги, которые ничем не уступают по качеству зарубежным производителям.

В сфере бизнес-инноваций, ОАО «Керамин» на данный момент перешло от стратегии распределительного сбыта к стратегии маркетинга. В свою очередь, стратегия маркетинга заключается в разработке плана по продвижению товаров и услуг на внешнем и внутреннем рынках, а также увеличению продаж и прибыли.

ОАО «Керамин» сейчас реализовывает планы по диверсификации сырьевых поставок, запчастей и материалов. Если раньше запчасти закупали в Европейском Союзе, то сейчас компания переориентировалась на сотрудничество с Китаем.

Маркетинговые инновации – это неотъемлемая часть деятельности предприятия для достижения целей организации. ОАО «Керамин» успешно приспосабливается к постоянно изменяющейся внешней среде. Нельзя не отметить, что маркетинговые инновации тесно связаны с технологическими нововведениями и изменениями в бизнес-модели.

Новые коллекции керамической плитки и керамогранита 2023 года были представлены на международной конференции ОАО «Керамин». В новом сезоне ставка делается на имитацию натуральных материалов, а также актуальные в последние годы фактуры бетона и цемента. Компания старается соответствовать изменяющимся тенденциям в моде, чтобы обеспечивать достойную конкуренцию на рынке.

В последнее время, ОАО «Керамин» переориентировали экспорт на страны СНГ. Основным партнером является Россия. По итогам на 2022 год, общий объем экспорта вырос на 18%.

В будущей перспективе ОАО «Керамин» планирует наращивать объемы производства за счет расширения ассортимента, а также модернизации производственных линий.

Таким образом, ОАО «Керамин» активно внедряет инновации в свою деятельность. Внедрение инноваций способствует развитию бизнеса, укреплению позиций на рынке, расширению ассортимента, улучшению качества продукции и, как следствие, увеличение прибыли. В ус-

ловиях высокой конкуренции ОАО «Керамин» следует искать оптимальный способ для удовлетворения потребностей потребителя, а также, расширения возможностей на внешних и внутренних рынках.

Библиографический список

1. ОАО Керамин [Электронный ресурс] // информ.-справочный портал. URL: <https://keramin.com/> (дата обращения 04.03.2023)
2. Ледницкий А.В. Экономика и управление инновациями: конспект-презентация [Электронный ресурс] / А. В. Ледницкий. - Минск: БГТУ, 2014. - 11 с.[Электронный ресурс]// Инновационная деятельность. URL: <https://elib.belstu.by/handle/123456789/11411> (дата обращения 28.02.2023)
3. Jan Fagerberg, David C. Mowery, Richard R. Nelson (Eds.) "Innovation: A Guide to the Literature" in Jan Fagerberg, // The Oxford Handbook of Innovations (Oxford University Press, 2004, ISBN 0199264554), 1-26. (дата обращения 03.03.2023)

УДК 339.727.22

Синюков Родион Вадимович

студент инженерно-экономического факультета

Белорусский Государственный Технологический

Университет, г. Минск

e-mail: rap.12345.radik@gmail.com

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛОРУССКОЙ ПРОДУКЦИИ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ (В СТРАНЫ АФРИКИ)