

References

1. Arushanian E. B., Arushanian L. G., Elbekian K. S. *Uspechi Fiziol. Nauk – Advan. Physiol. Sci.* 1993;24 (4):12-28.
2. Arushanian E. B., Naumov S. S. *Klin. Med. – Clinical Medicine.* 2013;7:18-22.
3. Arushanian E. B., Naumov S. S., Ivanova V. N., Lomonosova K. V. *Eksp. i klin. Farmakol. – Exper. and clin. Pharmacol.* 2014;77 (3):13-15.
4. Ovanesov K. B. *Aktualnye problemy khirurgii. – Actual Problems of Surgery.* Stavropol; 1987:173-175.
5. Habriev R. U. *Rukovodstvo po eksperimentalnomu isucheniyu novih farmakologicheskikh veshhestv.* Moscow; 2005.
6. Easte G., de Macedo I. C., Ripoli Rozisky J. *J. Pain Res.* 2012;5:359-362.
7. El-Shenawy S. N., Abdel-Salam O. M., Bajuomy A. R. *Pharmacol. Res.* 2002;46:235-243.
8. *Clinical Guide to Laboratory Tests.* Ed. A. N. Wu, Sonders Comp; 2006.
9. Greiling H., Gressner A. M. *Lerbuch der Klinischen Chemie und Pathobiochemie,* Stuttgart-New York; 1995.
10. Lin G. J., Huang S. H., Chen S. J. *Int. J. Mol. Sci.* 2013;14:11742-11766.
11. Reiter R. J., Colvo J. R., Karbownik M. *Ann. N.A. Acad. Sci.* 2000;917:376-386.

Сведения об авторах:

Наумов Станислав Сергеевич, кандидат медицинских наук, ассистент кафедры фармакологии Ставропольского государственного медицинского университета; тел.: +79064898117; e-mail: n_stanislav@mail.ru

Ломоносова Ксения Владимировна, студентка 6 курса лечебного факультета Ставропольского государственного медицинского университета; тел.: (8652)354881; e-mail: pharmacology@stgma.ru

Арушанян Эдуард Бениаминович, доктор медицинских наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, заведующий кафедрой фармакологии Ставропольского государственного медицинского университета; тел.: (8652)354881; e-mail: pharmacology@stgma.ru

© Л. М. Кузякова, М. А. Черницова, 2015

УДК 338.12.017:615.12

DOI – <http://dx.doi.org/10.14300/mnnc.2015.10065>

ISSN – 2073-8137

МОДЕЛЬ РАЗРАБОТКИ И ПРОИЗВОДСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ: ОПЫТ ПРАКТИЧЕСКОГО ВНЕДРЕНИЯ

Л. М. КУЗЯКОВА, М. А. ЧЕРНИЦОВА

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

MODEL OF DEVELOPMENT AND MANUFACTURING OF INNOVATIVE PRODUCTS: EXPERIENCE OF REALIZATION

KUZYAKOVA L. M., CHERNITSOVA M. A.

North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia

На основе анализа научной литературы и собственного опыта работы сконструирована поэтапная модель разработки и реализации инновационных проектов производства конкурентоспособной парафармацевтической продукции. Реализация данной модели позволяет: изучить информацию о состоянии такого сегмента фармацевтического рынка, как лечебная косметика, выявить перспективные ассортиментные группы товаров, исследовать потребительские предпочтения и на основе результатов анализа выбрать направление инновационного проектирования.

Реализация комплекса последовательных этапов инновационных проектов для производства новой продукции позволит, с одной стороны, значительно расширить ассортимент отечественной эффективной продукции для удовлетворения возрастающих потребностей населения; с другой – укрепить конкурентные преимущества малых фармацевтических предприятий на современном рынке.

Ключевые слова: лечебная косметика, малое инновационное предприятие, модель инновационного развития

Based on the analysis of the scientific literature and our own experience the stepwise model of the development and realization of innovative projects of small parapharmaceutical companies was worked out. The above model includes investigation of the pharmaceutical market, identification of the potential product lines, exploring of the consumer preferences and choice of the direction for innovative search. Later carried out the search and the generation of ideas for new product development and business plan for its production. Further research is needed to select the formulation of cosmetics. In the production

process are important innovative management methods that optimize the individual steps and the overall process control loop.

Realization of the above model stages will allow, on one hand, greatly expand the effective range of quality products to meet the growing needs of the population, and on the other - to strengthen the competitive advantages of small pharmaceutical companies.

Key words: cosmetics, small innovative company, a model of innovative development

На заседании Государственного совета по вопросам развития малого и среднего бизнеса 7 апреля 2015 г. Президент России В. В. Путин отметил, что данный бизнес развивается, к сожалению, по-прежнему медленно. Всего 6 % составляет показатель инвестиций в основной капитал, и лишь 6 % россиян являются начинающими предпринимателями или владельцами нового современного дела. А это значит, что риски и преграды перевешивают стимулы и возможности. Отмечается, что недостаточна эффективна и доступна система поддержки этого вида бизнеса. Предлагается упростить условия входа в малый бизнес, решить вопрос о доступности кредитов, уменьшения налоговой нагрузки и т. д. [3].

На это указывается и в Государственной программе «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности на 2013–2020 годы». Здесь акцентируется внимание на создании инновационной российской фармацевтической и медицинской промышленности мирового уровня, а также корректировке направлений и целей государственной политики в сторону усиления роли локальных производителей на внутреннем рынке, обеспечения разработки конкурентоспособной продукции и подготовки кадров для современных производств, при этом в первую очередь уделяется внимание развитию малого и среднего бизнеса [1].

Однако в настоящее время в процессе реализации таких стратегий отечественные предприятия встречают много трудностей и проблем, среди которых одной из актуальных является поиск идей, отбор и разработка бизнес-плана для производства, консолидация материальных, финансовых, технических и кадровых ресурсов для налаживания производства и вывода новой продукции на рынок. Задерживает развитие и недостаточная эффективность управления, отсутствие реальных стимулов внедрения технологических и организационных инноваций, слабая рыночная инфраструктура, недостаточно стимулирующая научно-технический прогресс [2, 4].

Особенностью современного этапа развития экономики страны является усиление роли новых, экономически выгодных, эффективных технологий, в первую очередь на малых инновационных предприятиях (МИП). Это связано с возможностью более быстрой перестройки технологического процесса, достаточно малым финансовым риском, возможностью динамичной

отработки оптимальных параметров процесса, апробирования своей собственной интеллектуальной собственности (ИС). Решение вопросов внедрения инновационной продукции крайне важно для МИП, которые, в свою очередь, являются также поставщиками продукции по ценам производителей аптечным организациям (АО).

Конкурентная среда фармацевтического рынка (ФР) мотивирует эти предприятия на кардинальную перестройку своей хозяйственной деятельности. Процесс совершенствования своего бизнеса руководители МИП, прежде всего, связывают с эффективной деятельностью [8]. Большинство из них стремятся к улучшению своих социальных и экономических показателей путем совершенствования ассортиментной и товарной политики. На ФР сложилось понятие «товары аптечного ассортимента», обозначающее группы товаров, реализуемых через розничные и оптовые АО. В связи с расширением товарной номенклатуры продукции МИП в них появилось значительное число продукции «дополнительного» ассортимента или парафармацевтических товаров [5]. Это пищевые добавки, средства гигиены, изделия медицинского назначения и парфюмерно-косметическая продукция. В Москве в структуре продаж аптечных сетей на долю нелекарственного ассортимента приходится 40 %, а в регионах – 30 %. Косметические компании стимулируют развитие нелекарственной розницы в аптеках, пытаются найти новые каналы сбыта, в частности место на аптечной полке [7].

Парфюмерно-косметическая продукция (ПКП) в настоящее время является перспективной и развивающейся группой товаров. На российском рынке представлена продукция большого числа парфюмерно-косметических фирм Франции, Германии, Англии, Швеции, США, Финляндии и других. Вместе с тем существенно увеличилось число фирм-производителей парфюмерии и косметики в России [6]. За минувшее десятилетие количество россиян, приобретающих отечественную ПКП, произведенную работниками МИП, возросло с 5 до 10 %. К настоящему времени в России существует по всем регионам свыше 100 парфюмерно-косметических предприятий. К такому выводу пришли эксперты маркетингового агентства Nielsen на основе исследования индекса потребительского доверия в нашей стране. По оценке аналитиков (DISCOVERY Research Group), примерно \$11,32 млрд, или 72 % фармацевтического рынка, составляют косметические средства. Важ-

ную роль имеют лечебно-косметические товары, степень которых в объеме продаж образует около 20–30 %, при этом наблюдается тенденция роста их выпуска на 15–20 % ежегодно [9].

В 1998 г. Российская парфюмерно-косметическая ассоциация была принята в состав Европейской ассоциации косметики, средств гигиены и парфюмерии (COLIPA), представляющей интересы более 2500 фирм-производителей [6].

Острая и все возрастающая конкуренция мотивирует МИП на кардинальную перестройку и модернизацию своей деятельности. Это, прежде всего, связано с внедрением инновационных технологий, услуг или продуктов.

Была поставлена цель сконструировать поэтапную модель разработки и реализации инновационных проектов производства новой продукции для МИП. Данная модель прошла успешную апробацию на научно-производственном объединении «Альпика», г. Ставрополь, – производителя липосомальной косметической продукции для домашнего и профессионального ухода за кожей лица и тела. Поэтому пред-

ставляется важным поделиться приобретенным опытом развития МИП.

Цель статьи: сформировать поэтапную модель разработки и реализации инновационных проектов производства новой продукции на фармацевтическом рынке для малых фармацевтических предприятий.

Материал и методы. Информационную базу исследования составили результаты авторских исследований и разработок, основанные на личном опыте и обобщении знаний, накопленных в области инновационного менеджмента фармацевтической отрасли, общей теории инновации и теории управления, общих принципах бизнес-планирования.

Результаты и обсуждение. Опыт работы по развитию МИП позволил разработать поэтапную модель планирования и реализации производства новой продукции для предприятий малого бизнеса (рис.). Как правило, МИП используют передовые научные технологии для создания и производства уникальной продукции, которая дает им возможность успешно занять на рынке свою нишу.



Рис. Модель разработки и реализации инновационных проектов для производства новой продукции на фармацевтическом рынке

Поэтому на первом этапе важно провести ситуационный анализ рынка парафармацевтических товаров того региона, в котором планируется производство и реализация новой продукции. В процессе анализа необходимо изучить состояние производства и продаж различных товаров на ФР, в сегменте парафармацевтики, с тем, чтобы выявить тенденции в их динамике, разнообразие ассортимента продукции, влияние комплекса факторов внешней среды и определить перспективы развития объема рынка в целом и отдельных групп товаров в частности. Такой анализ позволит уточнить потенциально прибыльные группы товаров с конкурентными возможностями для успешного бизнеса МИП.

Параллельно необходимо провести исследование состояния предприятий региональной и общероссийской фармацевтической и парафармацевтической промышленности, их ассортимента продукции, объемы спроса, сильные стороны тех групп товаров, для которых предполагается организация производства конкурентноспособной продукции.

Данные направления анализа необходимо дополнить маркетинговым исследованием потребителей товаров аптечного ассортимента с целью выявления их предпочтений и пожеланий. Комплексный анализ этих трех направлений позволит определить тот вид продукции, в которой нуждается потребитель, готовый ее приобретать.

Содержание второго этапа модели – это генерация идей инновационных технологий, услуг и товаров. На этом этапе необходимо последовательно: провести поиск инновационных тенденций в научной литературе; оценку сырьевой базы для него и отбор поставщиков сырья; экспериментальное обоснование состава и технологии новой продукции; разработать критерии качества и нормативную документацию; провести экспериментальную и промышленную апробацию при масштабировании технологии, затем регистрацию, сертификацию и внедрение в практику. При условии успешного рыночного тестирования – дальнейший вывод инновационного продукта на рынок.

Третий этап в модели разработки и реализации инновационных проектов (ИП) заключается в разработке бизнес-плана ИП на создание современной липосомальной косметической продукции. Авторами были использованы существующие общие принципы бизнес-планирования с учетом особенностей ИП.

На четвертом этапе модели осуществляется оценка потребительской удовлетворенности выпускаемой МИП инновационной продукции. Для этих целей применяются методы потребительской оценки с участием покупателей ПКП, экспертной оценки продукции с привлечением специалистов-косметологов. По результатам

социологических опросов можно получить информацию о потребительских предпочтениях и учесть их в разработке нового и модернизации существующего товара.

Заключительный пятый этап в модели разработки и реализации ИП предусматривает разработку коммуникационной политики МИП. Прежде всего, осуществляется оценка мероприятий МИП по продвижению своей продукции, для чего применяется опрос членов фокус-группы, формируемой из сотрудников, имеющих отношение к менеджменту предприятия, производству, научным разработкам (оценка рекламы, стимулирования сбыта, личной продажи, общественных связей, маркетинга прямого ответа). Желательно иметь информацию об участии сотрудников в этапах стратегического и тактического планирования (формирование рекламного бюджета, выбор средств рекламы, разработка основной рекламной идеи и организационных принципов рекламной деятельности, формирование номенклатуры носителей рекламы, создание рекламно-информационных блоков для различных средств рекламы, разработка медиа-планов для различных носителей рекламы).

Таким образом, поэтапная реализация данной модели позволяет: первоначально изучить информацию о состоянии ФР или отдельных его секторов, выявить перспективные ассортиментные группы товаров, исследовать потребительские предпочтения и на основе результатов выбрать направление инновационного проектирования.

Далее в ходе изучения патентов осуществляется поиск и генерация идей нового товара и разрабатывается бизнес-план на его производство.

В производственном процессе значительную роль играют методы инновационного менеджмента, оптимизирующие отдельные технологические этапы и общий управленческий цикл.

Для формирования рентабельного ассортимента портфеля актуальными являются маркетинговые исследования потребительской удовлетворенности, по оценкам которой вносят изменения в потребительские характеристики продукции и разрабатываются модифицированные версии новых товаров.

Оптимальный производственный цикл должен включать профессионально разработанную коммуникационную политику предприятия, базирующуюся на системе управления взаимоотношениями с клиентами, их лояльности и разнообразных формах продвижения товаров.

В итоге реализация комплекса этапов ИП для производства новой продукции позволит, с одной стороны, значительно расширить ассортимент отечественной эффективной продукции для удовлетворения возрастающих потребностей населения; с другой – укрепить конкурентные преимущества МИП на совре-

менном рынке и занять «свою нишу» на аптечной полке.

Заключение. Возрождение российской экономики и поиск путей выхода из кризиса требуют от каждого предпринимателя, бизнесмена, менеджера постоянного совершенствования бизнеса. Мы должны найти такие способы, методы, этапы разработки, внедрения и производства, которые гарантировали бы наибольшую эффективность решений, как, например, рекомендованные в данной статье: ситуационный анализ рынка, генерация идей новых товаров, бизнес-

планирование, изучение потребительской удовлетворенности, коммуникационная политика предприятия. В современном экономическом климате, где инновации становятся ведущим фактором в развитии предприятия, необходимо разработать эффективные механизмы для развития и реализации инновационных проектов. Ведущую роль в экономике страны должны занять высокие технологии. Из опыта мировой практики, инновационная деятельность предприятия может стать доминирующим фактором в создании его конкурентоспособности.

Литература

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности на 2013–2020 годы» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rlsnet.ru/Files/na/Lpdf> – свободный.
2. Дремова, Н. Б. Инновационное проектирование для малых фармацевтических предприятий (на примере липосомальной парфюмерно-косметической продукции) / Н. Б. Дремова, Л. М. Кузякова, О. А. Умнова // Ремедиум. – 2012. – № 6. – С. 46–49.
3. Заседание Государственного совета по вопросам развития малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/49214> – свободный.
4. Кузякова, Л. М. Современные формы инновационного менеджмента в фармацевтической практике / Л. М. Кузякова, М. А. Черницова // Актуальные проблемы фармацевтической науки и практики : сб. матер. IV Всерос. науч.-практ. конф. – Владикавказ, 2014. – С. 111–117.
5. Лоскутова, Е. Е. Товары аптечного ассортимента / Е. Е. Лоскутова // Фармацевтическое обозрение. – 2012. – № 2 [Электронный ресурс]. – URL: www.alppp.ru/.../statja~racionalnyj-assortimentnyj-portfel-aptechnoj-org.
6. Парфюмерно-косметические товары. Знайтовар.Ру – товароведение и экспертиза товаров [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.znaytovar.ru/s/Parryumernokosmeticheskie-i-gal.html> – свободный.
7. РБК. Аптечные сети взяли курс на парафармацевтику [Электронный ресурс]. – URL: <http://top.rbc.ru/retail/30/01/2008/137596.shtml> – свободный.
8. Фисенко, В. С. Разработка комплексной оценки эффективности инновационных проектов аптечных предприятий : автореф. дис. ... канд. фарм. наук / Фисенко В. С. – Москва, 2009. – 175 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dissercat.com/content/razrabotka-kompleksnoi-otsenki-effektivnosti-innovatsionnykh-proektov-aptechnykh-predpriyati#ixzz30M28LJIU> (дата обращения 16.01.2014) – свободный.
9. Черницова, М. А. Динамика рынка парафармацевтической продукции / М. А. Черницова // Современные концепции научных исследований : сб. матер. VIII Междунар. науч.-практ. конф. – Москва, 2009. – С. 46–47.

References

1. Gosudarstvennaya programma Rossyskoy Federatsii «Razvitiye farmatsevticheskoy i meditsinskoy promyshlennosti» na 2013–2020 gody [Elektronnyy resurs]. – URL: <http://www.rlsnet.ru/Files/na/Lpdf> – svobodny.
2. Dremova N. B., Kuzyakova L. M., Umnova O. A. *Remedium*. – *Remedium*. 2012;6:46-49.
3. Zasedaniye Gosudarstvennogo soвета po voprosam razvitiya malogo i srednego biznesa [Elektronnyy resurs]. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/49214> – svobodny.
4. Kuzyakova L. M., Chernitsova M. A. Sovremennyye formy innovatsionnogo menedzhmenta v farmatsevticheskoy praktike. Aktualnye problemy farmatsevticheskoy nauki i praktiki: sb. mater. IV vseross. nauch.-praktich. konf. Vladikavkaz; 2014. P. 111-117.
5. Loskutova Ye. E. *Farmatsevticheskoye obozreniye*. – *Pharmaceutical Review*. 2012;2 [Elektronnyy resurs]. – URL: www.alppp.ru/.../statja~racionalnyj-assortimentnyj-portfel-aptechnoj-org.
6. Parfyumerno-kosmeticheskiye tovary. Znaytovar.Ru – tovarovedeniye i ekspertiza tovarov [Elektronnyy resurs]. – URL: <http://www.znaytovar.ru/s/Parryumernokosmeticheskie-i-gal.html> – svobodny.
7. RBK. Aptechnyye seti vzyali kurs na parafarmatsevtiku [Elektronnyy resurs]. – URL: <http://top.rbc.ru/retail/30/01/2008/137596.shtml> – svobodny.
8. Fisenko V. S. Razrabotka kompleksnoy otsenki effektivnosti innovatsionnykh proyektov aptechnykh predpriyaty: avtoref. dis. kand. farm. nauk. Moskva; 2009. 175 p. [Elektronnyy resurs]. – URL: <http://www.dissercat.com/content/razrabotka-kompleksnoi-otsenki-effektivnosti-innovatsionnykh-proektov-aptechnykh-predpriyati#ixzz30M28LJIU>.
9. Chernitsova M. A. Dinamika rynka parafarmatsevticheskoy. Sovremennyye kontseptsii nauchnykh issledovaniy: Sb. mat. VIII mezhdunar. nauch.-praktich. konf. Moskva; 2009. P. 46-47.

Сведения об авторах:

Кузякова Людмила Михайловна, доктор фармацевтических наук, профессор, Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь; e-mail: kuzjakova@inbox.ru

Черницова Марина Александровна, кандидат педагогических наук; тел: +79288111812; e-mail: marinastav01@mail.ru