
Секция 1

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Подсекция 1.1

ОПЫТ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Т.Э. Амбрусевич
МИУ, аспирант

*Научный руководитель: В.И. Кудашов,
д.э.н., профессор*

Качественная разница в уровне развития науки в отдельных странах мира обусловлена особенностями исторического и социально-экономического развития и зависит от культурно-этнических факторов.

Началом бурного развития инновационного потенциала зарубежных стран является середина XX века. В США инновационная деятельность и инфраструктура стремительно начала развиваться с начала 50-х годов. С начала 70-х гг. XX века инновационные процессы уже охватили Францию, Бельгию, в 1983 г. – ФРГ, в 80-е годы – Канаду, Сингапур, Австралию, Бразилию, Индию, Малайзию, Китай, Японию. В России (СССР) инновационная деятельность свое начало получила с 1990 г., в Белоруссии – с 1992 г., в Украине – с 2000 года.

Причинами бурного развития инновационного потенциала зарубежных стран являлись, во-первых, обострение конкуренции в области высоких технологий со стороны иностранных компаний, во-вторых, стремление повысить эффективность использования в коммерческих целях научных и технологических результатов.

В США в 1955 году научные исследования проводились в университетах, технологических и других учебных институтах, научно-исследовательских институтах, принадлежащих промышленным монополиям и государству, в частных исследовательских учреждениях.

Касательно развития инновационной деятельности в промышленности Японии, то считается, что на протяжении большого отрезка истории японская экономика отчаянно пыталась догнать технологически развитые страны. Использовались нововведения как произведенные внутри страны, так и импортированные из западных стран. С середины 80-х годов XX века в Японии шли активные процессы перемещения многих трудоемких производств в зарубежные страны с дешевой рабочей силой.

Что касается Германии, то здесь до середины девятнадцатого столетия было отставание от других западноевропейских стран в вопросе инновационной активности промышленных предприятий. Для сокращения отставания и увеличения производительных сил Германия начала экспортировать современную технику и квалифицированные кадры в различные отрасли промышленности. К 1913 г. Германия стала крупнейшим экспортером в области фармацевтики. Вместе с США и Японией Германия входит в тройку лидеров по количеству патентов на душу населения [1].

В мире происходит всеобщая интенсификация инновационной активности глобальных промышленных компаний. Накопление массы промышленных инноваций приводит к развитию производительных сил, преобразованию научно-технического потенциала, и, в конечном счете, подталкивает структурные сдвиги, поэтому решение проблемы повышения эффективности инновационной деятельности в промышленности является актуальной проблемой для индустриализации любой страны. Современная история доказала, что инновационная деятельность является фундаментом для конкурентоспособности стран в мировой экономике.

Литература

1. Основы управления интеллектуальной собственностью: учеб.-метод. комплекс для студентов специальности «Экономика и управление на предприятии» / В.И. Кудашов. – Минск: Изд-во МИУ, 2005. – 180 с.
2. Швецов, Д.Е. Сравнительный анализ государственной инновационной политики стран мировой «триады». [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://geopub.narod.ru/student/shvecov/1/2.htm>. – Дата доступа: 28.11.2011.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

К.С. Барановская

МИУ, ф-т экономики, студент 2-го курса

*Научный руководитель: А.С. Головачев,
д.э.н., профессор*

Конкурентные преимущества предприятия – это такие характеристики или свойства предприятия как система, которые обеспечивают ему преимущество перед конкурентами. Эти конкурентные преимущества могут быть наследственными, конструктивными, технологическими, информационными, квалификационными, управленческими, природно-климатическими и другими. Источники конкурентных преимуществ основаны на операционной эффективности и стратегическом позиционировании.

Основные факторы успеха предприятия в конкурентной борьбе вытекают из требований рынка.

Такими факторами являются: отличное качество; относительно низкие затраты предприятия; повышение производительности; навыки и технологии, создающие уникальную ценность товара для потребителей [1].

Среди конкурентных преимуществ предприятия по источникам их возникновения следует выделить внутренние и внешние. Внутренние – это характеристики деятельности предприятия: производственные, технологические, квалификационные, управленческие, инновационные, экономические, географические. Внешние конкурентные преимущества базируются на способности предприятия создать более значимые ценности для потребителей его продукции. К ним можно отнести следующие информационные, конструктивные, качественные, поведенческие, конъюнктурные, сервисные, имиджевые, ценовые, сбытовые и коммуникационные преимущества.

Достижение преимуществ высокого порядка становится возможным при условии долговременных и интенсивных капиталовложений в производственные мощности, в специализированное обучение персонала, в проведение НИОКР, в менеджмент и в маркетинг.

Наиболее важным фактором сохранения конкурентного преимущества коммерческой организации является постоянная модернизация производства и других ключевых видов её деятельности [2]. Для сохранения конкурентоспособности организация должна создавать новые преимущества причем с не меньшей скоростью, чем конкуренты могут скопировать уже имеющиеся преимущества.

Для получения конкурентного преимущества предприятие может использовать три конкурентных стратегии: лидерство по затратам, стратегия индивидуализации, стратегия форсирования. Стратегии достижения конкурентных преимуществ сводятся к расширению спроса и повышению рентабельности предприятия, прежде всего, за счет активизации инновационной деятельности, творческой сегментации рынка, эффективного использования НИОКР.

Таким образом, для достижения приоритетных и стратегических целей в условиях жесткой конкурентной борьбы на мировом рынке предприятия должны постоянно модифицировать и совершенствовать свою деятельность в области организационных структур управления, конкретных форм и методов руководства, инвестиционной и инновационной деятельности.

Литература

1. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
2. Головачев, А.С. Конкурентоспособность предприятия / А.С. Головачев. – Минск: Изд-во МИУ, 2012.