

ван на экспертную оценку потенциала каждого направления с точки зрения развития науки, наличия и перспектив появления инновационных идей, приемлемых для реализации в республике или для международного технологического обмена.

К этим показателям относятся: ресурсы научной деятельности, организация научной деятельности, связь с системой образования, результаты научной, научно-технической и инновационной деятельности, инновационный потенциал.

На основе анализа показателей и представленной информации эксперты составляют аргументированное заключение о состоянии и перспективах развития данного научного направления и условиях, необходимых для повышения эффективности и ускорения коммерциализации результатов, которое включает:

- общую характеристику направления научной деятельности;
- его значимость для науки и производства (социальной сферы);
- оценку научного направления с позиции конкурентоспособности полученных и ожидаемых результатов;
- заключение о состоянии, перспективах развития данного направления;
- перечень условий, необходимых для развития направления.

Выполнение этих рекомендаций предъявляет высокие требования к экспертам (руководителям направлений и научных организаций) в части объективности оценок и определения условий повышения эффективности исследований и разработок. Выводы экспертов должны быть нацелены на укрепление соответствующих направлений путем финансового и кадрового обеспечения, развития сетевых взаимодействий, международного сотрудничества и устранения сдерживающих причин.

Изложенные предложения по оценке научной деятельности предостерегают от злоупотребления формальными признаками для определения достоинств и недостатков каждой работы, указывают на важность обеспечения полноты информации, касающейся содержания оцениваемой работы, объективности, квалификации и интуиции экспертов, ориентации, в конечном счете, на возможность и целесообразность практического применения результатов исследований и разработок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Афонин, И.В. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для студ. ВУЗов. Москва: Гардарики, 2005. 2. Балабанов, И.Т. Инновационный менеджмент. СПб.: Питер, 2001. 3. Исследование способов интенсификации трансфера научно-технических достижений Белгосуниверситета посредством современных средств телекоммуникаций и электронной торговли: Отчёт о НИР (заключительный). Мн: БГУ, 1999. 4. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент: учебник по спец. «Менеджмент организации» / В.Г. Медынский. – Москва: Инфра-М, 2005. 5. Мясникович, М.В. Инновационная деятельность в Республике Беларусь: теория и практика. Мн.: Аналитический центр НАН Беларуси; Право и экономика, 2004. 6. Нехорошева, Л.Н. Регулирование инновационной деятельности в условиях рынка: Учеб. пособие. Мн., 1995. 7. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31.07.2003 № 1016 «О концепции инновационной политики Республики Беларусь на 2003-2007 годы».

УДК

Костюкевич Е.Н.

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

В современных условиях каждое предприятие стремится к постоянному поддержанию своих конкурентных преимуществ, развитию и расширению: необходимо разрабатывать новую продукцию, совершенствовать выпускаемую или сочетать оба направления развития с целью не только максимизации прибыли, что нередко считается основной целью деятельности предприятия, но и выживания предприятия в условиях жесткой конкуренции. Именно конкуренция нацеливает деятельность предприятия на выпуск продукции необходимой для удовлетворения определенной потребности, и чем больше предприятие выпустит нужной для потребителя продукции, тем и выше будет его прибыль. Поэтому участ-

ники рыночных отношений, прежде всего те из них, которые занимаются производством, для обеспечения своей текущей и перспективной конкурентоспособности обязаны целенаправленно формировать и осуществлять свою инновационную деятельность на основе разработанной инновационной политики.

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия соотносятся между собой как часть и целое. Конкурентоспособность предприятия зависит от конкурентоспособности продукции и от совокупности экономических показателей деятельности предприятия, отражающихся на результатах этой деятельности. Для обеспечения конкурентоспособности предприятия, являющейся основой его экономического роста, ему необходимо акцентировать внимание на уровне развития инновационной деятельности.

Можно выделить внешние предпосылки, которые заставляют предприятия развивать и поддерживать свою инновационную активность:

- *конкуренция между предприятиями* – характеристики продукта, с которым выходят на рынок конкуренты, заставляют предприятие с большим вниманием относиться к собственному разрабатываемому продукту;

- *изменяющийся спрос потребителей* – большое значение на деятельность предприятия оказывают предпочтения потребителей. Причем, чем быстрее предприятие сможет выявить появление новых видов спроса и обеспечить их удовлетворение посредством собственных продуктовых инноваций, тем более устойчивое положение оно займет в конкурентной среде. Таким образом, успех будет возможен только в том случае, если предприятием осуществляется непрерывное изучение предпочтений потребителей, с одной стороны, и организационная структура предприятия и его ресурсы таковы, что они позволяют в установленные сроки осуществить необходимые продуктовые инновации в полной мере;

- *быстрое развитие и диверсификация новых технологий* - в настоящее время технологии являются важнейшими факторами конкурентоспособности. На рынке идет жесткая конкурентная борьба и никогда вопрос оптимального использования имеющихся ограниченных ресурсов не стоял так остро, как сейчас. Невозможно достичь принципиального преимущества без разработки новых методов проектирования и подходов к организации производства, которые учитывали бы как технологические, так и экономические аспекты разработки и производства новых изделий, и обеспечивали бы поддержку изделия на протяжении жизненного цикла. Те предприятия, которые создадут эти новые технологии, будут иметь преимущества перед последователями;

- *позиция предприятия на рынке* – если предприятию удастся на время выйти в лидеры и определять стандарты на рынке за счет разработки новых продуктов, оно приобретает огромное преимущество перед конкурентами;

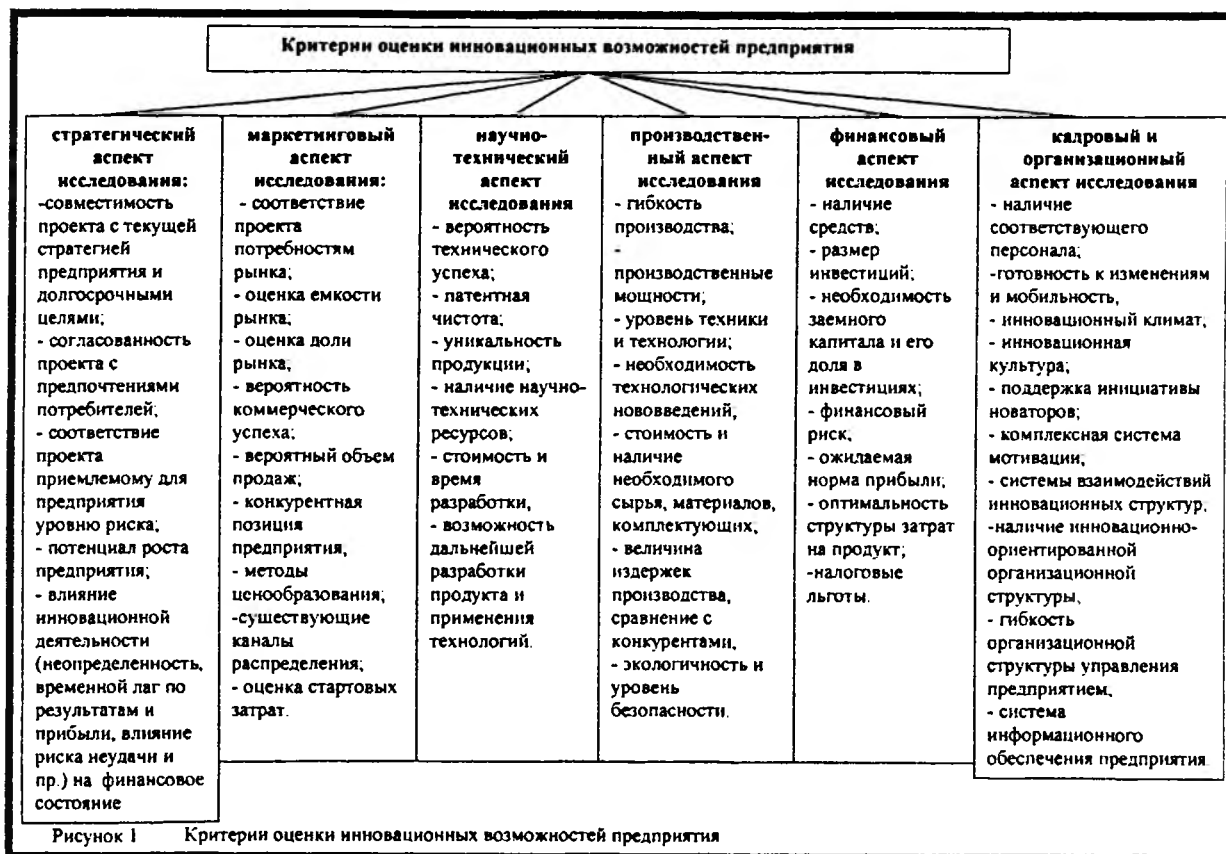
- *способность предприятия к инновациям и организационная гибкость* – помогают предприятию направлять на разработки перспективных проектов нужный объем средств, привлекать к работе по ним лучших специалистов и организовывать работу по проекту таким образом, чтобы полученные результаты оказались наилучшими.

Инновационные возможности предприятия – это средства, условия, необходимые для осуществления эффективной инновационной деятельности, и которые в свою очередь являются факторами, обеспечивающими конкурентные преимущества предприятия.

Инновационная деятельность предприятия, как ни одна другая связана с риском и неопределенностью результатов и в большинстве случаев не может осуществляться без капитальных вложений, это всегда инвестиционно - инновационная деятельность. Поэтому исследование инновационных возможностей может стать отправным в процессе формирования инвестиционной привлекательности предприятия, привлечения иностранного капитала, налоговых льгот и пр.

Следовательно, возникает необходимость в определении критериев, определяющих инновационные возможности предприятия, как для будущих инвесторов, так и для анализа с целью определения их соответствия намечаемым инновационным проектам.

Конечно же, универсальную систему критериев составить невозможно, она будет зависеть от особенностей конкретного предприятия, отраслевой принадлежности, его стратегических целей и прочих факторов. Для того чтобы выявить такие критерии необходимо знать приоритетные цели, задачи и стратегии конкретного предприятия, так как инновационные возможности предприятия с позиции одних целей могут быть достаточно высокими, а с других и не получить такой оценки. Общие критерии оценки были сформулированы через исследование таких аспектов деятельности предприятия как стратегическое планирование, маркетинг, научно-технические разработки, производство, управление финансами, кадровый и организационный анализ (рисунок 1). Чем больше положительных оценок по данным критериям получает исследуемое предприятие, тем выше его инновационные возможности, а, следовательно, и конкурентоспособность.



Инновационный проект, эффективный для одного предприятия может оказаться неэффективным для другого в силу объективных и субъективных факторов. Анализ деятельности инновационно ориентированных предприятий позволяет выделить основные факторы, обуславливающие инновационную активность:

- вид инновационной деятельности;
- уровень новизны инновационной продукции;
- удельный вес инновационной продукции в общем объеме выпуска;
- состояние инновационного потенциала и инновационного климата предприятия.

Для оценки этих факторов предлагается использовать показатели, характеризующие конкурентные преимущества предприятия и которые могут быть определены на основе экспертных оценок и сравнительного анализа показателей деятельности предприятия (таблица 1).

Подбирая для конкретного предприятия его факторы инновационной активности и предлагая весовые коэффициенты для каждого показателя конкурентных преимуществ можно заложить их в оценку конкурентоспособности как предприятия, так и его продукции. Приведенный перечень факторов инновационной активности не является исчерпывающим и может быть скорректирован и расширен.

Таблица 1 Факторы инновационной активности предприятия

Факторы инновационной активности	Показатели конкурентных преимуществ	Возможные значения показателей
1. Вид инновационной деятельности	Удельный вес затрат по видам инновационной деятельности в общих затратах на технологические инновации	-
1.1. Исследования и разработки новых продуктов, услуг, производственных процессов	Удельный вес затрат на исследования и разработку в общих затратах на технологические инновации	≤ 1
1.2. Приобретение машин, оборудования, связанных с технологическими инновациями	Удельный вес затрат на приобретение машин в общем объеме затрат на технологические инновации	≤ 1
1.3. Приобретение новых технологий	Удельный вес затрат на приобретение новых технологий в общих затратах на технологические инновации	≤ 1

Факторы инновационной активности	Показатели конкурентных преимуществ	Возможные значения показателей
1.4. Приобретение программных средств	Удельный вес затрат на приобретение программных средств в общих затратах на технологические инновации	≤ 1
1.5. Производственное проектирование	Удельный вес затрат на производственное проектирование в общих затратах на технологические инновации	≤ 1
1.6. Обучение и подготовка персонала, связанного с инновациями	Удельный вес затрат на обучение и подготовка персонала, связанного с инновациями в общих затратах на технологические инновации	≤ 1
1.7. Маркетинговые исследования	Удельный вес затрат на маркетинговые исследования в общих затратах на технологические инновации	≤ 1
2. Уровень новизны инновационной продукции	-	-
2.1. Радикальные инновации	Принципиально новое техническое решение	1,0
2.2. Улучшающие инновации	Удельный вес оригинальных технологических решений в принципиально новом техническом решении	0,9-0,4
2.3. Модифицированные инновации	Степень усовершенствования продукции по отношению к принципиально новому техническому решению	0,3-0,1
3. Удельный вес инновационной продукции в общем объеме	- высокий - средний - низкий	$>0,25$ 0,1-0,25 $<0,1$
4. Состояние инновационного потенциала	Оценка по пятибалльной шкале	-
5. Состояние инновационного климата	Оценка по пятибалльной шкале	-
6. Конкурентоспособность продукции	Комплексная оценка	-
6.1. Качество продукции		
6.2. Цена продукции		

ЛИТЕРАТУРА

1. Управление инновациями: Основы организации инновационных процессов: Учеб. пособие / А.А. Харин, И.Л. Коленский; Под ред. Ю.В. Шленова. - М.: Высш. шк., 2003. - 252 с.: л. 2. Миронова В.С. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе факторов инновационной активности // Экономика и производство. - 2005. - №3. - С.18-21. 3. Переходов В.Н. Основы управления инновационной деятельностью. - М.: ИНФРА - М, 2005. - 222 с. 4. Гилева Т.А. Стратегический подход к управлению развитием машиностроительного предприятия // Экономика и производство. - 2006. - №1. - С.48 - 52.

УДК 681.3.01:339.138

Лавренова О.А., Бачанцева Е.А.

НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНКЕ РЕКЛАМЫ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

Современный рынок насыщен товарами и требует производства качественного товара, доступной цены и быстрой доставки потребителю. В век информатизации и компьютеризации сложно представить решение данной проблемы без помощи информационных технологий, неотъемлемой частью которых является сеть Интернет. Широкие возможности сети Интернет ставят перед современными компаниями достаточно сложную задачу эффективного использования интернет-технологий и требуют адаптации старых и разработки новых методов ведения бизнеса.

Преимущества применения информационных технологий в экономической сфере не вызывают сомнений. Новые сетевые технологии, по сравнению с традиционными, предоставляют зна-