

1Н//254269К

(039)

**ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО
РАЗВИТИЯ И КРЕАТИВНАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МЫСЛЬ
НА РУБЕЖЕ ВЕКОВ:**

А.К.Шторх, С.Ю.Витте, А.А.Богданов.

Материалы Международной
научно-практической конференции

Tech

(г. Минск, 25 – 26 марта 2010 г.)

Зборина И.М.

магистр экономических наук,
Полесский государственный университет
(г. Пинск)

СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время экономическая ситуация претерпела значительные изменения. В трансформационных условиях экономический рост производства зависит от умения найти оптимальное решение в процессе внедрения новой продукции и получения доходов от ее реализации. На современном этапе развития экономики принципиально изменяется роль региональных социально-экономических систем в общем развитии страны. Конкурентоспособность зависит от факторов производства и спроса, а также от территориальной принадлежности, возможности использовать конкурентные преимущества региона.

Актуальность выбранной темы исследования объясняется необходимостью разработки стратегии повышения конкурентоспособности мебельного производства на основе инновационной деятельности, направленной на изучение спроса на его продукцию в регионе, что позволит

выявить систему приоритетов по товарам на конкретную стратегическую перспективу. Стратегия должна учитывать особенности инновационной деятельности мебельных предприятий в регионе. По результатам её реализации можно сформировать комплекс необходимых мер по дальнейшему развитию региона [1].

Как показывают исследования, инновационная деятельность является одним из важнейших условий функционирования предприятия, однако инновации не всегда приносят ожидаемые результаты. Это, в основном, связано с недостаточной разработанностью теоретико-методических основ организации процесса внедрения новшеств, а также инструментов эффективного управления инновационной деятельностью, что способствовало бы экономическому росту региона.

Понятию конкурентоспособности промышленных предприятий всегда уделялось большое внимание. Определенный вклад в развитие теории управления конкурентоспособностью внесли К. Бери, д. Дей, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, А. Пулфорд, Дж. Эткинсон. Вопросы конкурентоспособности занимают значительное место в трудах зарубежных ученых, таких как: И. Ансофф, А. Дайан, П. Друкер, Б. Карлофф, Ф. Котлер, М. Мескон, Ф. Роджерс, Р. Уотерман, А. Уотерман, Й. Шумптер и др.

Необходимо отметить, что наряду со значительным количеством работ, посвященных переработке западного опыта по достижению конкурентных преимуществ, только их небольшое число учитывает специфику развития конкурентоспособности на отечественных промышленных предприятиях.

В последние годы в российской и отечественной экономической литературе появился ряд работ, посвященных теоретическим и методическим вопросам управления конкурентоспособностью предприятий. Проблемами конкурентоспособности предприятия занимались российские исследователи В.С. Андрианов, Г.А. Азоев, Е.А. Горбашко, М.И. Гельвановский, А.П. Градов, И.В. Липсиц, А. Селезнев, Р.А. Фатхутдинов, А.Ю. Юданов, Н.С. Яшин. Некоторые вопросы управления мебельных предприятий явились предметом исследования Г. Аркачеева, Л. Горощенко, В. Давиденко, Н.И. Кожухова.

В общем случае термин «конкурентоспособность предприятия» увязывается со смыслом термина «конкурентоспособность» как способность конкурировать, т.е. бороться или противостоять чему – то [2].

В практике управления производством инновационная деятельность играет одну из ключевых ролей. Эффективное использование

нововведений оказалось значительным резервом увеличения экономического роста, тесно связанным с успешной стратегией роста промышленности в регионе.

Инновационная деятельность осуществляется в основном в системе научно-исследовательских, проектно-конструкторских, научно-производственных организаций либо в подразделениях хозяйствующих субъектов. Эффективность инновационной деятельности отражает степень доходности нововведений. Профиль инновационной деятельности обуславливается особенностями материально-технической базы и кадрового обеспечения и находится в прямой зависимости от того, какой этап инновационного цикла эта деятельность охватывает. Эффективная инновационная деятельность в мебельном производстве и деревообрабатывающей промышленности Республики Беларусь тесно связаны со спецификой самих мебельных предприятий.[3]

Стратегию можно понимать как обобщающую модель действий, необходимых для достижения поставленных целей через координацию и распределение ресурсов производства в регионе. Процедура разработки стратегии повышения конкурентоспособности представлена на рис. 1.

Стратегия повышения конкурентоспособности производства на основе инновационной деятельности – это общая стратегия, представленная в виде долгосрочной программы конкретных действий по обеспечению развития экономики мебельного производства региона при активной инновационной деятельности, которая нацелена на изучение спроса мебельной продукции региона и повышение объема сбыта новых изделий.

Она включает постановку целей предприятия при разработке стратегии повышения конкурентоспособности в условиях инновационной деятельности, изучение спроса на мебельную продукцию и определение особенностей инновационной деятельности мебельных предприятий, поддержание взаимоотношений предприятия с внешней средой.

Стратегические мероприятия должны осуществляться по алгоритму, представляющему собой логическую последовательность нескольких этапов, выполняемых для достижения поставленных стратегических целей:

1 этап – стратегический анализ деятельности предприятия;

2 этап – разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе эффективной инновационной деятельности;

3 этап – реализация и контроль стратегии.

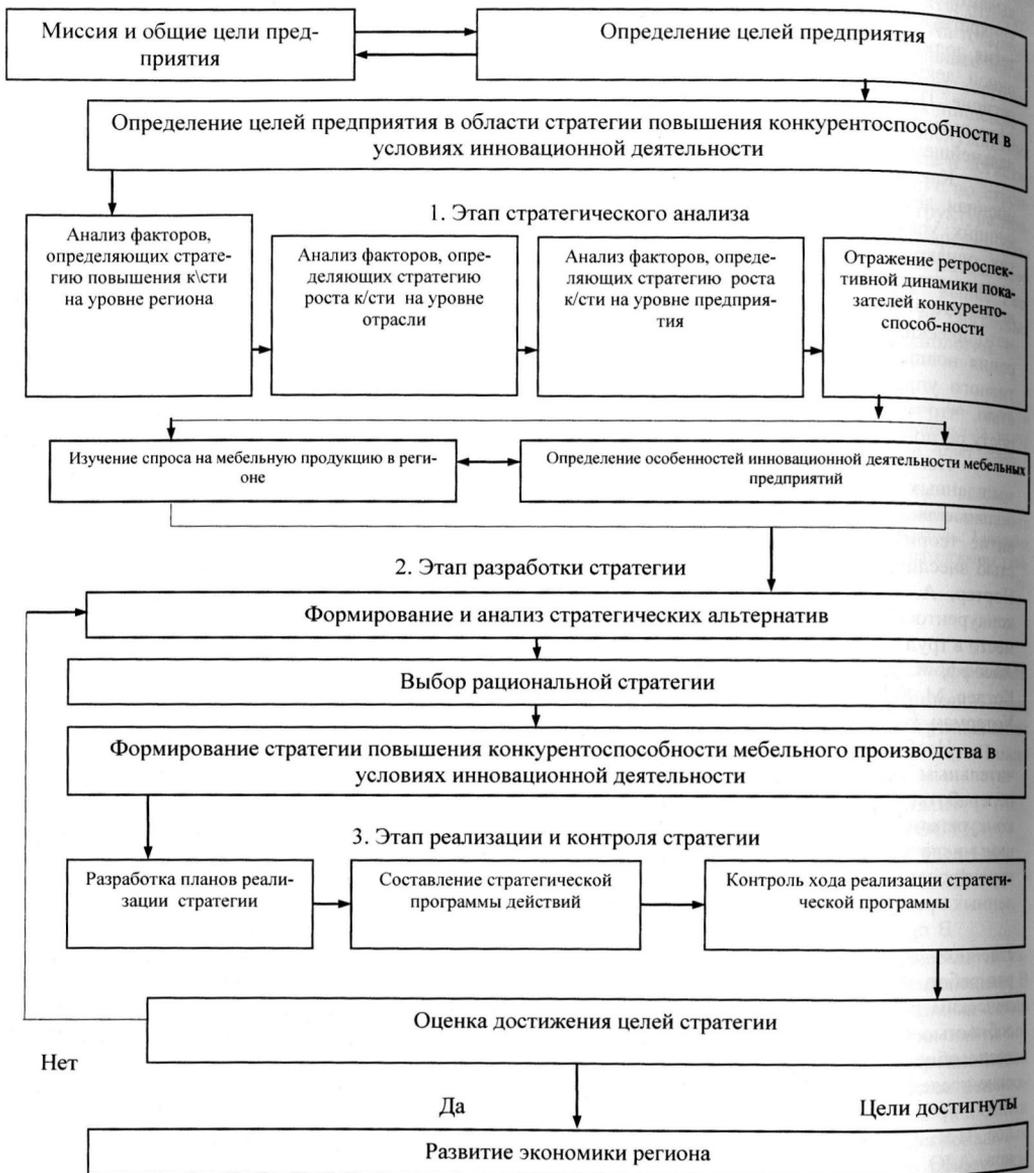


Рисунок 1 – Процедура разработки стратегии повышения конкурентоспособности мебельного производства в регионе на основе инновационной деятельности [3].

После того, как осуществлена реализация стратегии повышения конкурентоспособности, проводится оценка достижения целей стратегии повышения конкурентоспособности при инновационной деятельности. Если обнаружено, что поставленные цели не достигнуты, то, необходимо вернуться на этап формирования стратегических альтернатив и повторить весь процесс.

Если цели достигнуты, то руководство принимает решение о реализации данной стратегии на следующей стадии развития. При этом новые цели развития устанавливаются и корректируются на основе анализа внешней среды. Если руководство в основном удовлетворено положением предприятия, то очевидно, в перспективе оно будет придерживаться той же стратегии, так как это самый простой и наименее рискованный путь действий [4].

Литература

1. Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. - 2004. - № 1-2. - С.1 - 5.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие. - М.: Изд-во Эксмо, 2004. - 544 с.
3. Анисимов Ю.П., Усачева И.В. Инновационный менеджмент: практикум. учеб. пособие. Воронеж: ИММиФ, 2006. 96с.
4. Усачёва И.В. Модель прогнозирования экономического роста предприятий при активной инновационной деятельности // Актуальные проблемы менеджмента, маркетинга и информационных технологий: сб. науч. тр. Воронеж: АОНО ИММиФ. 2006. Вып. 7. С. 113-120