

матическими, географическими, социальными, культурными и т.д.) рассматриваемой территории. Они могут быть описаны посредством определения и оценки индикаторов инвестиционной привлекательности, делового климата, методов госрегулирования, государственно-частного партнерства и т.д.

<http://edoc.bseu.by>

*О. И. Карпеко, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ОТ ПРИСПОСОБЛЕНИЯ К МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ

В условиях производственной кооперации традиционной для изготовителей комплектующих изделий является стратегия приспособления. Они делают ставку на то, что комплектующие изделия проектируются строго по заказу производителя конечного продукта. Ярким примером использования стратегии приспособления является производство компрессоров Барановичским станкостроительным заводом для Минского завода холодильников, что в конечном итоге привело к интеграции этих предприятий.

В связи с принятыми мерами по развитию предпринимательства в стране ожидается активизация деятельности средних и малых предприятий, а также индивидуального предпринимательства. Этому же способствует проводимая работа по развитию субконтрактации. Таким образом, перед небольшими предприятиями открываются широкие возможности стать партнерами крупных предприятий в качестве смежников, изготавливающих комплектующие изделия. Для них представляет большой интерес прогрессивный опыт работы предприятий-смежников в условиях развитого рынка, которые используют не только стратегию приспособления к головному предприятию, но и стратегию развития, которая отличается тем, что производители комплектующих изделий ориентируются не только на полное удовлетворение запросов головного предприятия, но и пытаются влиять своими изделиями на изменение конечного продукта. Кроме этого, они ищут выход на новые сегменты рынка, расширяя сферы применения своих комплектующих изделий. Они могут претендовать и на переход от производства комплектующих изделий к производству готового продукта. В связи с этим они не просто пассивно реагируют на желания потребителей, а ищут и формируют свои ниши рынка и будущие деловые связи.

Смежникам надо учитывать меняющееся поведение своих заказчиков. На мировом рынке четко проявляется тенденция передачи крупными предприятиями все большего количества комплектующих изделий своим партнерам. Постоянно снижается показатель глубины производства, на некоторых предприятиях он достигает 30 %. А такие компании, как Boeing, Airbus, Embraer, Bombardier, снизили его до 10 %. Они не являются производителями полного цикла, занимаются лишь проектированием лайнеров. Сборку, испытания, продажи, послепродажную поддержку все больше отдают на аутсорсинг. Почти все основные системы, подсистемы и даже мелкие детали самолетов, вплоть до болтов и гаек, выпускают известные и не очень предприятия второго, третьего и четвертого уровня кооперации. Такой же подход осуществляет Toyota, где по сути нет производства деталей, а происходит только сборка готовых изделий. Зарубежный, иногда и отечественный опыт работы свидетельствует, что прибегать к услугам сторонних производителей разумно. Это позволяет вовлечь в процесс проектирования конечной продукции не только конструкторскую и маркетинговую службы головного предприятия, но и такие же службы сотни предприятий-смежников, что дает положительный ре-

зультат. Особенно если учесть, что в различных отраслях источники получения лучшего могут быть разными.

Использование стратегии развития приобретает особую актуальность для белорусских предприятий. Известно, что мировой рынок готовых изделий является высококонкурентным, поэтому выход на него затруднен. Более вероятным является успех на рынке промежуточных товаров, к которым можно отнести и комплектующие изделия.

Таким образом, результативность маркетинговых усилий в сфере производственной кооперации будет более высокой, если мы будем учитывать в полной мере специфику кооперационных отношений, а также осуществлять дифференцированный подход к маркетингу головных предприятий и предприятий-смежников.

*Т. В. Касаева, канд. техн. наук, доцент
Л. В. Прудникова
ВГТУ (Витебск)*

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Повышение уровня устойчивости развития организаций промышленности во многом определяется величиной их инновационного потенциала, а также активностью и интенсивностью его использования.

Разработана методика оценки инновационной деятельности (основанная на исследовании инновационного потенциала, инновационной активности и эффективности инновационной деятельности) и устойчивого развития организации (предполагающая оценку экономических, социальных и экологических аспектов) и их взаимосвязи, которая была апробирована в условиях функционирования промышленных организаций Витебской области. Исследование проводилось в разрезе видов экономической деятельности промышленности Витебской области за 2010–2015 гг.

В исследуемом периоде наблюдалась волнообразная динамика интегрального показателя устойчивого развития как в целом по промышленности региона, так и по видам экономической деятельности.

Наибольший вклад в формирование интегрального показателя устойчивого развития в большинстве видов экономической деятельности внес интегральный показатель экологической устойчивости. Экономическая и социальная составляющие интегрального показателя устойчивого развития достаточно равномерно расположились в его структуре в большинстве видов экономической деятельности.

Оценка инновационной деятельности организаций промышленности показала, что в исследуемом периоде наблюдался прирост интегрального показателя в большей части видов экономической деятельности (С, DA, DC, DI, DJ, DK, DL, DN, E).

Проведенные исследования показали, что наличие тесной связи между динамикой интегрального показателя устойчивого развития и динамикой интегрального показателя инновационной деятельности наблюдалось не по всем видам экономической деятельности. Наиболее низкие значения коэффициента корреляции наблюдались в производствах по обработке древесины, в целлюлозно-бумажных производствах, в издательской деятельности; наиболее значимые зависимости наблюдались в производстве пищевых продуктов и текстильном производстве.