

Следовательно, исследование конкурентоспособности производства товаров и услуг должно базироваться на удовлетворении платежеспособного спроса потребителя. При этом оно должно базироваться не на существующей концепции маркетинга 4Р (товар, цена, распределение и продвижение), а на предлагаемой маркетинговой концепции 3Р: а) покупательские предпочтения; б) преимущества конкурентные; в) прибыль маркетинговая.

Суть предлагаемой концепции заключается в обосновании ключевого фактора эффективного использования рыночного потенциала предприятий, который предполагает удовлетворение не потребностей потребителя в тех или иных ценностях, содержащихся в соответствующих товарах, услугах, как трактует существующая концепция маркетинга, а на основе:

- во-первых, идентификации и развития покупательских предпочтений к тем или иным ценностям (функциональным, технологическим, техническим, социальным и др.), которые содержатся в реализуемых товарах, услугах;
- во-вторых, удовлетворения покупательских предпочтений в товарах или услугах, которые произведены (выполнены) в результате генерирования и создания новых, инновационных ценностей для их потребителя.

При этом в условиях глобализации и неустойчивости внешней среды недостаточно ограничиваться только указанным выше маркетинговым инструментом «покупательские предпочтения», а следует их создавать на основе генерирования и реализации конкурентных преимуществ в процессе их производства по сравнению с предприятиями-конкурентами на мировом рынке.

Исследования позволяют констатировать, что итоговым результатом инвестиционной, инновационной и маркетинговой деятельности следует рассматривать такое удовлетворение покупательских предпочтений, которое обеспечивает сравнительно больший объем маркетинговой прибыли, чем у предприятий-конкурентов.

С. Н. Зенько
БГЭУ (Минск)

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В рыночных условиях хозяйствования, когда на смену одним формам и методам управления экономикой приходят другие, для того чтобы выжить, инновационной деятельностью вынуждены заниматься все организации, все субъекты хозяйствования, причем старые

механизмы внедрения нового уже не работают, возникает проблема формирования новых подходов, новых методов управления инновациями и результатами инновационного процесса — интеллектуальной собственностью (ИС).

В производственно-хозяйственной деятельности предприятия объекты интеллектуальной собственности используются в качестве нематериальных активов. Промышленные образцы, товарные знаки, ноу-хау и прочие объекты на современном этапе развития общества могут приносить основную часть дохода промышленным предприятиям. Но для того чтобы эффективно использовать ИС, руководство предприятия должно осуществлять стратегическое управление ИС.

Выбор и реализация стратегии управления интеллектуальной собственностью (ИС) предприятия осуществляется в рамках общего циклически реализуемого алгоритма стратегического управления его деятельностью, который включает в себя следующие этапы:

1) стратегическое целеполагание. Осуществляются выбор и структурирование ключевых задач в области управления интеллектуальной собственностью;

2) анализ внешней среды предприятия. Выявляются и оцениваются основные внешние факторы, определяющие потенциальную результативность управления ИС предприятия;

3) анализ внутренней среды предприятия;

4) стратегическая диагностика. Выявление основных возможностей управления ИС предприятия в каждой из его основных стратегических зон хозяйствования и наиболее значимых угроз эффективному осуществлению такой деятельности;

5) выбор стратегии в области управления интеллектуальной собственностью;

6) организация выполнения стратегии. Под руководством высших менеджеров предприятия выполняется следующий комплекс работ: формируется портфель объектов ИС предприятия; проводятся необходимые для реализации выбранной стратегии преобразования организационно-управленческой структуры предприятия (формируются проектные группы, проводится перераспределение ответственности между руководителями линейных и функциональных подразделений и т.д.); привлекаются и распределяются необходимые инвестиционные ресурсы; производится выбор комплекса критериев оценки результатов реализации стратегии и формируются системы сбора, обработки и движения аналитической информации;

7) координация хода и контроль результатов реализации стратегии. С помощью выбранных на предыдущей стадии оценочных критериев отслеживается текущая эффективность управления ИС предприятия.

Выявить объекты ИС, которыми располагает предприятие, проанализировать их использование и потенциальную ценность, определить формы и методы защиты, получить и поддерживать в силе

правовую охрану на территории коммерческих интересов, определить избыточные активы и организовать их реализацию путем продажи лицензий или ноу-хау, пресекать нарушения исключительных прав — это основные задачи, решаемые при разработке и реализации стратегии управления интеллектуальной собственностью.

Е. Н. Князева, канд. техн. наук

Академия управления при Президенте Республики Беларусь (Минск)

ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ: ОПЫТ СТРАН ЗАПАДА И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Мировая практика показала, что реализация государством регулирующей функции значительно повышает эффективность научно-технического и, как следствие, инновационного развития страны. При этом основным стратегическим инструментом является программно-целевой подход. Он применяется в государственном управлении научно-техническим развитием в большинстве высокоразвитых стран мира, включая США, Японию и др., а также на межгосударственном уровне, например в странах ЕС.

В Республике Беларусь переход к программно-целевому подходу в современном виде был осуществлен с 2006 г. (Указом Президента Республики Беларусь от 6 июля 2005 г. № 315 были утверждены приоритетные направления научно-технической деятельности на 2006–2010 гг.). Затем была сформирована основная нормативно-правовая база, обеспечивающая реализацию данного подхода. В том числе был утвержден порядок разработки и выполнения государственных научно-технических программ (ГНТП), который, как показал выполненный в рамках данного исследования анализ, достаточно хорошо коррелирует с практикой разработки и выполнения Рамочных программ ЕС по науке и инновациям, а также имеет схожие черты с практикой реализации научно-технических программ в США:

- отбор проектов заданий программ осуществляется на конкурсной основе;
- работа заказчиков и исполнителей работ осуществляется на основании контрактов (в США и ЕС), договоров (в Республике Беларусь);
- контроль за эффективностью программ (характерен для всех стран, но подходы и контролируемые параметры различаются).

Вместе с тем организационные механизмы и инструменты, действовавшие при формировании и выполнении научно-технических программ в ЕС и США, имеют существенные отличительные особенности.