

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 339.97

№ гос. регистрации 20122735

Инв. №



ОТЧЕТ

О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

(заключительный)

2012-ВПД-089

Часть 1

Научный руководитель НИР
зав. кафедрой ЭТиМ, д.э.н., проф.


29.12.16

Г.А. Яшева

Начальник НИЧ


29.12.16

С.А. Беликов

Витебск 2016



СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

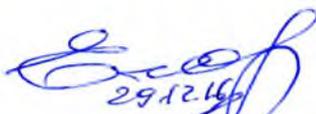
Научный руководитель,
профессор, д.э.н.


29.12.16

Г.А. Яшева (введение, раздел 1,
2.1, 2.2, 3, 4, 7, 8, заключение)

Исполнители темы:

доцент, к.э.н.


29.12.16

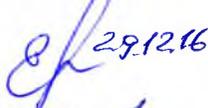
В.К. Егорова (раздел 4)

доцент, к.т.н.


29.12.16

И.Н. Калиновская (раздел 5.3)

доцент, к.э.н.


29.12.16

Е.Н. Лебедева (раздел 5.5)

доцент, к.э.н.


29.12.16

И.Ю. Семенчукова (раздел 8)

доцент, к.э.н.


29.12.16

М.А. Слонимская (раздел 6.1)

ст. препода.


29.12.16

Ю.Г. Вайлунова (раздел 2.3, 6.2, 6.3, 6.4)

ст. препода.


29.12.16

Д.Б. Рудницкий (раздел 5.2)

ст. препода.


29.12.16

В.П. Чёрный (раздел 3)

ст. препода.


29.12.16

О.М. Шерстнёва (раздел 5.4)

ассистент


29.12.16

И.А. Кочеткова (раздел 5.7)

ассистент


29.12.16

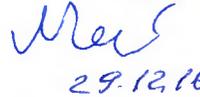
Ю.Н. Николаева (раздел 5.1)

ассистент


29.12.16

А.А. Савосина (раздел 5.6)

Нормоконтролёр


29.12.16

В.П. Чёрный



РЕФЕРАТ

Отчет 342 с., 2 ч., 56 рис., 68 табл., 161 источник.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ИННОВАЦИИ, ИНТЕГРАЦИЯ, ХОЛДИНГ, МАРКЕТИНГ, КЛАСТЕР ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО.

Объект исследования – конкурентоспособность национальной, региональной экономики, конкурентоспособность субъектов хозяйствования, факторы конкурентных преимуществ экономических систем.

Целью исследования является разработка комплексной теоретико-методологической модели повышения конкурентоспособности экономических систем в глобализирующейся среде, прикладных инструментов оценки и анализа конкурентоспособности на макро-, региональном и микроуровнях, а также обоснование форм, методов и механизмов повышения национальной, региональной конкурентоспособности и конкурентоспособности предприятий.

Методологической базой исследования послужили статистические данные, электронные информационные ресурсы, представленные Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, обзор журнальных статей по теме исследования. Основные методы исследования: логико-дедуктивный, анализа и синтеза, сравнения, группировок, статистические и экономико-математические методы.

Основные результаты работы: факторы конкурентных преимуществ экономики Республики Беларусь; механизмы формирования отношений государственно-частного партнерства в инновационной сфере Республике Беларусь; методы оптимизации взаимоотношений с клиентами предприятия путем внедрения методики «Net Promoter Score»; алгоритм внедрения CRM-технологий на предприятии; алгоритм создания интернет-магазина; методика оценки коммуникационной активности организации в социальных сетях; методика оценки конкурентоспособности предприятия; методика оценки уровня интеграционных связей; способы стимулирования товаропроводящей сети предприятия; методы оценки эффективности функционирования службы маркетинга промышленного предприятия; направления повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия; методы оптимизации потребительского поведения в условиях экономического кризиса.

Научная новизна исследования состоит в том, что впервые разрабатывается комплексная теоретико-методологическая модель формирования конкурентоспособности экономических систем на основе самоорганизации, а также практические механизмы

повышения конкурентоспособности национальной, региональной конкурентоспособности и конкурентоспособности предприятий на основе создания новой системы конкурентных преимуществ. Использование предложенных научных разработок позволит органам государственного и регионального управления и руководителям предприятий использовать инновационные факторы конкурентных преимуществ в повышении конкурентоспособности предприятий и национальной экономики в целом.

Степень внедрения. По результатам НИР опубликовано 424 научные работы общим объемом 124,11 печатных листов, в том числе: 8 монографий, 2 учебных пособия с грифом УМО Республики Беларусь и 1 учебное пособие с грифом Министерства образования Республики Беларусь; 10 методических указаний; 15 научных статей, 70 материалов конференций, 24 тезиса докладов. Получено 33 акта внедрения в производство, 46 актов внедрения в учебный процесс.

Проводимые научные исследования позволяют дополнять и обновлять учебно-методический материал и повышать уровень подготовки студентов, в более системном виде осмысливать различные рыночные проблемы.

Исследования проводились в соответствии со стратегическими направлениями социально-экономического развития национальной экономики Республики Беларусь. Изучены факторы конкурентоспособности экономических систем, дана оценка конкурентоспособности национальной экономики в международных сравнениях, проведен анализ маркетинга как фактора конкурентоспособности и разработаны направления повышения конкурентоспособности на макро-, региональном и микроуровне. По результатам приведённых исследований разработаны предложения кафедры по формированию методов и инструментов повышения конкурентоспособности экономических систем в глобализирующейся среде.

Результаты исследований представлены в виде рекомендаций предприятиям и госучреждениям, внедрены в учебный процесс и производство.

СОДЕРЖАНИЕ

6	Методологические основы повышения конкурентоспособности на основе формирования интеграционных структур	196
6.1	Интеграция и создание интеграционных структур как фактор конкурентоспособности в сетевой экономике	196
6.2	Понятие и типология форм интеграции. Формирование конкурентоспособности в «гибридном» холдинге	203
6.3	Идентификация состава текстильного холдинга в Витебском регионе	208
6.4	Организационно-экономический механизм создания холдинга с сетевым сотрудничеством в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь	218
7	Маркетинговые методы развития «Научно-технологического парка Витебского государственного технологического университета»	223
7.1	Характеристика деятельности Технопарка «Витебский государственный технологический университет»	223
7.2	Описание продукции. Анализ рынка. Стратегия маркетинга	233
7.3	Мероприятия по реализации стратегии продвижения услуг УИЛ Технопарка ВГТУ	242
7.4	Маркетинговые исследования рынка отходов искусственных и синтетических материалов	251
8	Государственно-частное партнерство как инструмент формирования конкурентоспособной экономики	256
8.1	Сущность и признаки государственно-частного партнерства в инновационной сфере	256
8.2	Типология государственно-частного партнерства	262
8.3	Отличительные особенности элементов государственно-частного партнерства в инновационной деятельности	269
8.4	Механизмы формирования отношений государственно-частного партнерства в инновационной сфере	272
8.5	Формирование стратегии развития государственно-частного партнерства в Республике Беларусь	282
	Заключение	287
	Список использованных источников	296
	Приложения	311

СОДЕРЖАНИЕ

Часть 1	
Введение	8
1 Теоретические основы экономического развития и конкурентоспособности национальной экономики, отраслей, регионов и субъектов хозяйствования	13
1.1 Основные концепции экономического роста и повышения конкурентоспособности	13
1.2 Сущность конкурентоспособности как экономической категории	21
1.3 Национальная конкурентоспособность в условиях глобализации	29
1.4 Место отраслевой конкурентоспособности в системе национальной конкурентоспособности	36
1.5 Концепция региональной конкурентоспособности	46
2 Методические подходы к оценке конкурентоспособности экономических систем	50
2.1 Теоретико-аналитический обзор школ и подходов к рейтинговой оценке конкурентоспособности	50
2.2 Критерии и факторы оценки конкурентоспособности экономических систем	58
2.3 Оценка конкурентоспособности предприятий: методика и апробация	65
3 Оценка конкурентоспособности Республики Беларусь в международных сравнениях	76
3.1 Международный рейтинг Республики Беларусь по индексу глобальной конкурентоспособности	76
3.2 Международная позиция Беларуси по уровню инновационного развития	81
3.3 Международный рейтинг Республики Беларусь по уровню образования и человеческого потенциала	86
4 Анализ инновационной сферы Республики Беларусь как фактора конкурентоспособности	91
4.1 Состояние подсистемы финансирования научных исследований и разработок	91
4.2 Анализ налогового стимулирования инновационных процессов	94
4.3 Оценка кадрового потенциала инновационной деятельности в Республике Беларусь	100
4.4 Характеристика инновационной инфраструктуры	104
4.5 Анализ патентной активности	107
5 Методы маркетинга в повышении конкурентоспособности предприятий и регионов	111
5.1 Анализ эффективности маркетинговой деятельности предприятий легкой промышленности Республики Беларусь	111

5.2 Оценка сбытовой деятельности предприятий легкой промышленности Республики Беларусь	116
5.3 Анализ коммуникационной деятельности организаций	126
5.4 Анализ товарной политики предприятий легкой промышленности Республики Беларусь	135
5.5 Основные проблемы регионального развития Республики Беларусь, пути их решения	144
5.6 Механизмы макро- и регионального маркетинга в повышении конкурентоспособности	157
5.7 Анализ эффективности маркетинговой деятельности белорусских ВУЗов	180
Часть 2	
6 Методологические основы повышения конкурентоспособности на основе формирования интеграционных структур	196
6.1 Интеграция и создание интеграционных структур как фактор конкурентоспособности в сетевой экономике	196
6.2 Понятие и типология форм интеграции. Формирование конкурентоспособности в «гибридном» холдинге	203
6.3 Идентификация состава текстильного холдинга в Витебском регионе	208
6.4 Организационно-экономический механизм создания холдинга с сетевым сотрудничеством в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь	218
7 Маркетинговые методы развития «Научно-технологического парка Витебского государственного технологического университета»	223
7.1 Характеристика деятельности Технопарка «Витебский государственный технологический университет»	223
7.2 Описание продукции. Анализ рынка. Стратегия маркетинга	233
7.3 Мероприятия по реализации стратегии продвижения услуг УИЛ Технопарка ВГТУ	242
7.4 Маркетинговые исследования рынка отходов искусственных и синтетических материалов	251
8 Государственно-частное партнерство как инструмент формирования конкурентоспособной экономики	256
8.1 Сущность и признаки государственно-частного партнерства в инновационной сфере	256
8.2 Типология государственно-частного партнерства	262
8.3 Отличительные особенности элементов государственно-частного партнерства в	

инновационной деятельности	269
8.4 Механизмы формирования отношений государственно-частного партнерства в инновационной сфере	272
8.5 Формирование стратегии развития государственно-частного партнерства в Республике Беларусь	282
Заключение	287
Список использованных источников	296
Приложения	311