

Центр круга определяет среднее значение интегрального критерия в кластере, а его диаметр – количество сайтов, попавших в кластер.

В результате проведенного анализа был не только построен рейтинг конкурентоспособности веб-ресурсов Гродненского региона, позволяющий определить конкурентоспособность сайта относительно других в Сети, но и определены показатели, в наибольшей степени влияющие на значение интегрального критерия. Установлено, что успешность сайта во многом определяется не размерами организации (предприятия), а степенью заинтересованности руководства в функционировании сайта; значительное влияние на формирование интегрального критерия оказывают показатели, связанные с поисковыми системами; конкурентоспособность веб-ресурса определяется информационным наполнением, а не яркостью оформления и наличием мультимедийных элементов.

Литература

1. Андрейчиков, А.В., Андрейчикова, О.Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 368 с.
2. Штовба, С.Д. Введение в теорию нечетких множеств и нечеткую логику / С.Д. Штовба // Matlab & toolboxes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://matlab.exponenta.ru/fuzzylogic/book1/index.php>. – Дата доступа: 08.11.2010.

Климова Е.С., старший преподаватель
ГУВПО «Белорусско-Российский университет»,
г.Могилев, Республика Беларусь
Klimov_sergey@tut.by

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Инновационная деятельность в банковской сфере имеет следующую специфику.

Во-первых, изначально импульсы для введения технологических банковских инновации, основанных на информационных технологиях, исходят из других отраслей (электроника, коммуникации), и в этом смысле представляются внешними по отношению к отрасли.

Во-вторых, деление на лидеров и имитаторов в банковском секторе условно, поскольку информационные технологии, как правило, привносятся извне. Банки – лидеры преуспевают, прежде всего, во внедрении технологических инноваций, которые производятся в других отраслях. Связь с рынком банковских услуг в данном случае опосредованная.

В-третьих, инновации, исходящие из самих банков, главным образом связаны со структурными изменениями и новыми банковскими продуктами. Здесь уже имеется непосредственная взаимосвязь с рынком банковских услуг.

В-четвертых, применительно к обычным фирмам в решении о внедрении инновации немаловажную роль играет величина затрат на научные исследования. Для банков как имитаторов важны затраты только на покупку технологий.

Все существующие в банке инновационные процессы можно подразделить на три группы [1]:

1. *Простой внутриорганизационный инновационный процесс*, т.е. процесс, предполагающий создание и использование инновации в рамках одного и того же банка. В этом случае новшество не принимает формы нового банковского продукта, а лишь совершенствует технологию производства уже существующих продуктов либо какую-либо сервисную технологию.

2. *Простой межорганизационный процесс*, предусматривающий формирование нового банковского продукта, предназначенного для продвижения на рынке в качестве предмета купли-продажи.

3. *Расширенный инновационный процесс*, в основном связанный с формированием комплексного банковского продукта, когда при его создании банк сотрудничает со своими партнерами, тем самым, перераспределяя инновационный процесс между несколькими участниками. В качестве примера можно привести системы дистанционного управления счетом.

Из приведенных различий следует вывод о том, что шумпетеровская динамическая конкуренция в банковской сфере в настоящее время происходит в первую очередь по линии "выживания" традиционных банков путем достижения уже существующего нового технологического уровня информационных технологий и соответствующих продуктов. Выбор альтернативных вариантов достаточно известен и ограничен. Технологии влекут за собой также внутренние структурные преобразования.

Одновременно динамическая конкуренция развивается и по линии создания принципиально новых банковских организаций. Конкуренция в этой области только начинается, результаты ее неоднозначны и требуют специальных исследований. В этом плане особняком стоит проблема виртуальных банков. Рассуждения о рутине не имеют отношения к данному типу организаций. Они не обременены рутинной, что составляет большую проблему для них в плане доверия клиентов. Виртуальный банк является инновационной организацией в целом. Затраты на его создание изначально являются рисковыми².

С одним из соображений Шумпетера применительно к банкам нельзя согласиться. В своей книге "Теории экономического развития" он пишет: "Под развитием следует понимать лишь такие изменения хозяйственного кругооборота, которые экономика сама порождает, т.е. только случайные изменения "предоставленного самому себе", а не приводимого в движение импульсами извне народного хозяйства"[2]. В наше время следует сделать поправку на глобализацию, когда импульсы к инновациям, а, следовательно, и развитию приходят и из народного хозяйства, и из внешней (международной) по отношению к нему предпринимательской среды. Так, информационные технологии стали всеобщей средой предпринимательства.

Для осуществления инноваций требуется человек – новатор, способный к такого рода деятельности. Дж.Н. Ландрам на основе исследования деятельности ряда выдающихся предпринимателей – новаторов (А. Эйнштейн, Т. Эдисон, В. Гейтс, Т. Тернер, Ф. Смит, А. Морита, С. Хонда, С. Джобс, А. Джонс, В. Лир, Г. Хед, С. Прайс, Т. Монаган, М. Бич, Н. Бушнелл) выделяет черты, присущие им:

- стремление к изменениям, к "созидательному разрушению",
- бунт против традиций,
- любознательность,
- работа превыше всего,
- непоколебимый оптимизм,
- харизматическое лидерство, умение влиять на людей,
- стремление к риску в работе и в жизни,
- предприимчивость,
- новаторское предвидение [3].

Новаторство требует и особого типа мышления, способности видеть проблемы по-новому. Э. Боно в этой связи сравнивает творческое и новаторское (креативное) мышление: "Взгляд с разных сторон значительно отличается от творческого мышления. Я довольно много работал с деятелями искусства. Творческие работники оказались не слишком способными смотреть на проблему художественного плана "с разных сторон". Мастера искусств, несомненно, необходимы для общества, т.к. их манера восприятия отличается от образа мышления других людей, однако художник тоже может быть ограниченным рамками своего канала восприятия. Он не обладает гибкостью мышления, характерной для человека, который способен взглянуть на проблему с разных сторон, постоянно изменяя методики мышления и по-новому анализируя ситуацию"[4].

Инновационная деятельность содержит "парадоксы новаторства в бизнесе", которые, по Ландрану, состоят в следующем. Во-первых, "наиболее вероятно создать такую инновацию, которая имеет тенденцию к застою. И наименее вероятно создать такую концепцию, которая действительно имеет тенденцию к новизне". Во-вторых, "те, кто лучше всего оснащен для осуществления изобретений и внедрения инноваций, имеют тенденцию к застою; те же, у кого меньше возможностей, становятся самыми известными инноваторами в мире". Такое положение связано с тем, что крупные, уже состоявшиеся компании заинтересованы в сохранении "статус-кво", то есть в защите существующих продуктов, услуг и технологий, а не в переменах.

Препятствием на пути перемен являются традиционные руководители, которым присущи соответствующие черты:

- самонадеянность как обратная сторона уверенности;
- мышление категориями сегодняшнего дня;
- уверенность в собственной непогрешимости и правильности суждений;
- количественное мышление как результат работы с крупными объектами и большими контингентами людей;
- нетерпимость к проявлению индивидуализма, самостоятельности,
- боязнь риска,
- нетерпимость к инновациям.

Недостаток или отсутствие инновационной культуры в обществе в целом является важнейшей причиной инновационной стагнации². Мировой опыт свидетельствует о том, что преодолеть инновационную стагнацию только с помощью инвестиций невозможно.

Литература

1. Инновационный менеджмент / Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Юнити, 1999. – С. 52.
2. Шумпетер, Й. Теории экономического развития. – М., 1982. – С. 154.
3. Ландрам, Дж.Н. Тринадцать мужчин, которые изменили мир. – Ростов н/Д: Феникс. – С. 8–48.
4. Боно, Э. Создай себе удачу. – Минск: Попурри, 1999. – С. 18.

К.Р. Быков, ассистент

УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь

krbykoff@mail.ru

ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОСНОВНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ СТАНКОСТРОЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Машиностроительная промышленность является ведущей отраслью национальной экономики и служит одним из основных источников ВВП и валютных поступлений. Здесь создается более 23% стоимости произведенной промышленной продукции, сконцентрировано 24% промышленно-производственных основных средств, занято более 36% общей численности промышленно-производственного персонала страны [3, с. 339].

Инновационные технологии приобретают в настоящее время все большее значение в обеспечении устойчивого экономического роста промышленных предприятий и экономики страны в целом. Внедрение инноваций (управление отдельными производственными процессами, организация производства и др.) в развитие производственно-технической базы страны позволит обеспечить конкурентоспособность продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Особое место и внимание в данной статье направлено станкостроению, которое обеспечивает развитие самого машиностроения. Его доля составляет около 3% от отрасли машиностроения, и отмечается тенденция к снижению. Некоторые авторы в своих исследованиях ссылаются на то, что падение конкурентоспособности продукции станкостроения обусловлено в основном из-за ценовых параметров. На мой взгляд, ситуация в станкостроении страны сегодня намного сложнее, это очевидно если подойти к данной отрасли с мировой платформы. Так, американская информационная компания Gardner Publications Inc. опубликовала данные о мировом производстве, внешней торговле и потреблении металлообрабатывающего (МОО) и кузнечно-прессового оборудования (КПО) за 2007 г. Согласно данным, прирост рынка МОО составил 18%, это позволяет выделить отрасль станкостроения в ранг самого динамично развивающегося сегмента мирового рынка. Лидеры в производстве станков и оборудования за 2006 и 2007 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Производство станков и КПО в мире в 2006-2007 гг. (млн. долл. США)

Страна	2006 г.	2007 г.			Абсолютное изменение	Темп роста, %
	Всего	Всего	Станков, %	КПО, %		
1. Япония	13557,6	14443,5	88	12	885,9	106,5
2. Германия	10120,3	12725,4	76	24	2605,1	125,7
3. Китай	7060,0	10090,0	78	22	3030	142,9
4. Италия	5707,5	7272,7	49	51	1565,2	127,4
5. Корея	4112,0	4550,0	68	32	438	110,7
...
22. Россия	182,0	202,2	75	25	20,2	111,1
27. Беларусь	40,4	71,6	99	1	31,2	177,2
Всего	45712,1	51964,6			6252,5	113,7

Источник: [1, с. 27]

Согласно приведенным данным таблицы 1, надо отметить, что Беларусь пока не входит в число ведущих мировых производителей станков и находится на 27 позиции. Доля Республики Беларусь в мировом производстве станков составляла - 0,14% в 2007 г., при этом в структуре наблюдалось увеличение её на 0,05 п.п. по сравнению с 2006 г. Объем производства станков в Беларуси вырос в 2007 г. на 77,2% и составил 31,2 млн.долл. по сравнению с предыдущим годом, следовательно, станкостроение страны динамично развивалось, однако его влияние на мировом рынке составляет менее 1%.