

С. К. Белова // Российское предпринимательство. – 2011. – № 9. – С. 43–48. – Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/13768>. – Дата доступа: 09.09.2015.

10. Киперман, Г. Я. Оценка экономической устойчивости коммерческой организации / Г. Я. Киперман, Р. Г. Фазлиахметов // Микроэкономика. – 2012. – № 2. – С. 70–75.

11. Брянцева, И. В. Экономическая устойчивость предприятий: сущность, оценка, управление / И. В. Брянцева. – Хабаровск : Изд-во Хабаровского гос. технич. ун-та, 2003. – С. 21.

12. Лыба, В. А. Экономическая устойчивость предприятия: основные понятия и составляющие системы / В. А. Лыба, Д. С. Ревенко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики. – 2013. – № 1(21). – С. 56–64.

*Study the concept of «sustainable development» as an economic category is due to several reasons, among which the leading place takes the study of a unified approach to the understanding of this category in the framework of modern economic theory, as well as the development of recommendations for their use. In the article the main theoretical approaches to the definition of «sustainable development».*

УДК 332.1+346.7

**Н. С. Желток, Г. Н. Блажевич**

*Белорусско-Российский университет (Беларусь, г. Могилев)*

## **О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ**

*Современное развитие экономики зависит от активизации инновационной деятельности. Важным фактором в этом направлении является формирование инновационных стратегий как на республиканском, так и на региональных уровнях. Конечная цель формирования инновационных стратегий – создание высокотехнологичных производств.*

Становление рыночных отношений обусловило возникновение многих проблем, решение которых требует учета как на республиканском, так и на региональном уровнях. Недооценка сложившейся ситуации негативно влияет на общую экономическую ситуацию в республике.

Важным моментом в этом направлении является формирование инновационных стратегий как основы создания инновационной экономики. Она характеризуется тем, что инновационная деятельность из внешнего (экзогенного) фактора по отношению к процессу национального воспроизводства превращается во внутренний фактор, определяющий темпы экономического развития [1, с. 449].

Формирование инновационных стратегий государства во много зависит от активизации этого направления на уровне регионов. Все регионы Республи-

ки Беларусь обладают структурным сходством и сильными сторонами. Поэтому обоснования и характеристики стратегий каждого региона содержат некий обязательный состав проблем, отражающих сложившееся понимание предмета региональных стратегий. В этот состав входят:

- оценка места региона в национальной экономике, включая конкурентные преимущества и недостатки;
- анализ потенциала региона (природно-ресурсного, демографического, производственного, научно-технического), современной социально-экономической ситуации, угроз и рисков, факторов, сдерживающих развитие;
- система приоритетов развития, в том числе их сочетания;
- цели и задачи развития;
- развитие внешнеэкономических связей;
- ожидаемые результаты от реализации стратегий.

Инновационная экономика предусматривает наличие соответствующего потенциала, который сформировался на основе ресурсов и условий предыдущего этапа развития. Сегодня приоритетом построения инновационной экономики является модернизация и технологическое перевооружение производства. А это в свою очередь требует высокого уровня развития экономики и глубоких базисных структур в таких областях, как человеческий капитал, капитальные вложения, венчурный капитал, технологический трансферт, сетевые кластеры, корпоративный менеджмент и межфирменное сотрудничество [2, с. 148].

Главным направлением в активизации инновационной деятельности должно стать создание высокотехнологичных производств. По прогнозам экспертов, рынок высокотехнологической продукции в период до 2030 года вырастет до 10–12 трлн долларов США, в том числе как рынок сырьевых ресурсов – до 1,5 трлн долларов США. Эти цифры свидетельствуют о том, что высокотехнологичный сектор станет главным драйвером мировой экономической динамики [3, с. 133].

Практика показывает, что без систематического осуществления инноваций немислимо само существование предприятий. Поэтому государство призвано создать эффективный организационно-экономический механизм поддержки инновационных стратегий, как на республиканском, так и на региональном уровне посредством проведения гибкой бюджетной, налоговой и кредитной политики, способствующей обновлению продукции и технологий.

В этом плане поучителен зарубежный опыт государственного регулирования инновационного развития. К примеру, важным инструментом регулирования инновационных процессов является государственный заказ на производство научно-технической продукции, размещаемой среди государственных вузов и НИИ, в частных компаниях в виде различных конкурсов [4, с. 51].

Важным условием в развитии регионов является использование ресурсно-инновационной стратегии, которая позволяет объединить потенциал науки и

промышленности. Такой подход позволяет сделать переход к более глубокой переработке ресурсов с насыщением перерабатывающих и обрабатывающих отраслей инновационными и научно-емкими технологиями [5, с. 5].

Одним из критериев эффективности использования научно-технического потенциала является показатель удельного веса инновационной продукции в общем объеме отгруженной, который сейчас соответствует 19 %. Если исходить из Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 г., то этот показатель составит не более 25 % [6, с. 34].

Это соотношение в указанном временном периоде явно недостаточное. Становится очевидным, что в основу развития предприятий необходимо положить стратегию инновационно-технологического прорыва. Опыт таких стран, как Япония, Южная Корея и Китай показал, что идя по пути инновационного технологического прорыва им удалось впервые за 10–15 лет добиться ощутимого успеха и присоединиться к числу развитых стран.

Из реалий сегодняшнего дня становится очевидным, что базовыми проблемами инновационной деятельности, препятствующими в первую очередь ее реализации, являются несовершенство законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих инновационную деятельность; слабая поддержка инновационной деятельности со стороны государства; административные и бюрократические препоны. Остальные проблемы являются проблемами-следствиями, реализация которых прежде всего зависит от решения базовых проблем инновационной деятельности. Нужна надежная сцепка между технико-внедренческими зонами и предприятиями промышленности. Пока предприятия не заинтересованы во внедрении научных достижений, любые научные прорывы окажутся нереализованными.

Более того инновационная стратегия экономической системы порождает к ней интерес и со стороны иностранных инвесторов. Поэтому без формирования национальной и региональной стратегии инновационного развития рассчитывать на внешние инновации не приходится. В то же время, чтобы удержаться на рынке, необходимо постоянно улучшать потребительские свойства продукции, в том числе и за счет модернизации. Процесс модернизации является менее затратным и в определенной степени является направлением для создания инновационного продукта.

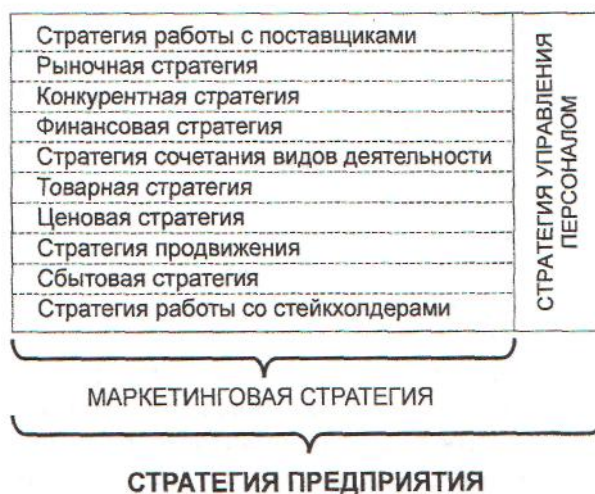
Сейчас значительный научно-практический интерес вызывает проблема внедрения маркетинговых инновационных стратегий (рисунок 1).

В практической деятельности различают следующие виды маркетинговых инновационных стратегий:

- стратегии для участников новых рынков;
- стратегии для зрелых и сужающихся рынков;
- стратегии для растущих рынков.



**Рисунок 1 – Классификация маркетинговых инновационных стратегий**



**Рисунок 2 – Структура стратегии предприятия**

Маркетинговые конкурентные стратегии являются базовыми. К ним относятся стратегии:

- снижения себестоимости продукции;
- дифференциация продукции;
- сегментирование рынка;
- внедрение новшеств;
- немедленного реагирования на потребности рынка [7, с. 68].

Разработка маркетинговой стратегии является одним из важнейших процессов в современном управлении развитии предприятия. По оценкам экспер-

тов, в Республике Беларусь только около 15–20 % предприятий имеют стратегии или подобный ей план развития на перспективу. Отдельные исследования подтверждает, что маркетинговая стратегия является основой стратегии предприятия, так как определяет основные направления перспективного развития предприятия (рисунок 2) [8, с. 43].

Резюмируя вышеизложенное, следует отметить, что основным фактором, сдерживающим процесс перехода регионов Республики Беларусь на путь инновационного развития, выступает сложившаяся институциональная среда. Несмотря на созданную в Республике Беларусь в 2007–2014 гг. нормативно-правовую базу, к настоящему времени не удалось преодолеть многие проблемы, тормозящее инновационное развитие страны. Вследствие этого крайне медленно осуществляется модернизация белорусского общества в направлении формирования «общества, основанного на знаниях» [9, с. 7–8].

#### Список основных источников

1. Лемешевский, И. М. Национальная экономика Беларуси: основы стратегии развития : курс лекций для студентов экономических специальностей вузов / И. М. Лемешевский. – Минск : ФУА информ, 2012. – 559 с.
2. Национальная экономика Беларуси : учебник / В. Н. Шимов [и др.] ; под ред. В. Н. Шимова. – 4-е изд., перераб. и доп. – Минск : БГЭУ, 2012. – 649 с.
3. Ляхович, С. А. Новые инструменты инновационной политики в реализации программы технологического реинжиниринга промышленных предприятий / С. А. Ляхович // Вестн. Белорусско-Российского ун-та, 2014. – № 3. – С. 133.
4. Вахромов, И. В. Государственное регулирование инновационного развития экономики (на примере РФ и стран ЕС) : дис. ... канд. эконом. наук : 08.00.01 / И. В. Вахромов, 2007. – С. 51.
5. Германович, Г. В. Ресурсно-инновационная составляющая стратегии социально-экономического развития Республики Беларусь / Г. В. Германович, Т. М. Германович // Экономический бюллетень, 2015. – № 10. – С. 5.
6. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 г. // Экономический бюллетень, 2015. – № 4. – С. 34.
7. Губанов, Р. С. О внедрении маркетинговых инновационных стратегий в предпринимательских структурах / Р. С. Губанов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 3. – С. 68.
8. Любецкий, П. Б. Разработка маркетинговой стратегии для предприятий мясной отрасли / П. Б. Любецкий // Белорусский экономический журнал. – 2015. – № 1. – С. 43.
9. Крупский, Д. М. Инновационное развитие Республики Беларусь: итоги, проблемы и перспективы / Д. М. Крупский // Экономический бюллетень, 2015. – № 11. – С. 7–8.

*The article shows the features of formation of innovative strategies at the present stage and their impact on the creation innovative economy. Creation of high-tech industries is the main direction in the intensification of innovations.*