

для инвестирования средств, собранных страховыми организациями по страхованию жизни, установлены более жесткие ограничения, чем для «рисковых» видов страхования. Кроме того, страховые организации, занимающиеся страхованием жизни, не имеют права передавать ответственность в перестрахование, в том числе и за пределы Республики Беларусь.

Таким образом, данные средства, собранные страховщиками по страхованию жизни, в том числе и с иностранным участием в уставных фондах, будут работать на экономику нашей страны.

#### Список использованных источников

1. Указ Президента Республики Беларусь от 12 мая 2005 г. № 219 «О страховых взносах, включаемых в затраты по производству и реализации продукции, товаров (работ, услуг), и порядке создания государственными страховыми организациями фондов предупредительных (превентивных мероприятий за счет отчислений от страховых взносов по договорам добровольного страхования жизни, дополнительной пенсии и медицинских расходов»
2. Республиканская программа развития страховой деятельности на 2011–2015 годы, утв. Пост. Совета Министров Республики Беларусь от 20.05.2011 № 631
3. Положение о страховой деятельности в Республике Беларусь, утв. Указом Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. № 530.
4. Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.minfin.gov.by/>. – Дата доступа: 21.08.2011.

УДК 338.22.021

### **ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РОССИИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ**

*М.Я. Веселовский, д.э.н., проф., зав кафедрой Управления,  
А.В. Резникова, к.г.н., проф. кафедры Управления,  
ГОУ ВПО Московской области «Королевский институт управления,  
экономики и социологии»,  
г. Королев, Российская Федерация*

Территория не только служит объектом развития (пусть и косвенного, через механизм рыночной экспансии) со стороны инновационной системы, но и способна выступить в качестве субъекта инновационной деятельности, приспособившая ее технологии к собственным целям. Показательным примером служит территориальная политика, получившая название «управление развитием по точкам роста». Чтобы быть конкурентоспособными на инвестиционном рынке, территории вынуждены находить и формировать привлекательные предложения в самых разных областях, таких как инвестиционный климат или интеллектуальные и инфраструктурные ресурсы. Этот процесс поиска и развития своих территориальных преимуществ, также как и инновационный процесс, приобретает черты перманентности. Политика развития по точкам роста получает продолжение, когда территориальное управление рассматривает в качестве потребителя территориальных продуктов не только внешнего инвестора, но и самих жителей. Территория «продается» своим жителям в виде услуг, возможности трудоустройства, получения достойного заработка, если все перечисленное устраивает, то сдерживается их миграция.

Важной особенностью территориального управления «по точкам роста» является то, что оно не может ограничиться усилиями одной административной власти и предполагает

активизацию каких-то профессиональных групп и оргструктур населения, без опоры на которые администрация не может осуществить программы роста. Другой не менее важной особенностью территориального управления является предпринимаемые усилия по созданию или реанимации производства на предприятиях. Развитие предприятий может осуществляться по разным направлениям: разработать и организовать производство, приобрести технологическое оборудование и тем самым сократить производственные издержки, создать новую структуру сбыта продукции. Общим для всех является то, что сегодня практически любое российское предприятие представляет собой инвестиционный проект или их совокупность. Проект необходимо разработать, проанализировать его сильные и слабые стороны, представить потенциальным инвесторам, обеспечить его финансированием, а также эффективно управлять процессом его реализации [8]. Обзор литературы [1-6], позволяет выделить три этапа процесса развития современного инновационного мира: формирование инновационной политики фирм, развитие инфраструктуры, обеспечивающей эту политику и, наконец, формирование инновационной среды для инновационных фирм.

**Этап 1. Инновационная рыночная политика фирм и становление фирменных инновационных систем.** Инновационная стратегия поведения крупных фирм, работающих на массовый потребительский рынок, получила распространение после II Мировой войны. Острая конкурентная борьба на растущих послевоенных рынках сбыта, привела «пионеров капитализма» к смене стратегии – не толкаться на одном и том же рынке одних и тех же товаров, а расширять его за счет постоянного обновления продукции, создавая тем самым постоянно новые потребности и новых потребителей. Для этого пришлось сконструировать новую модель организации производственных процессов [11,13]. Необходимо отметить принципиальную разницу между инновационной стратегией и модернизацией оборудования фирмы ради модернизации создаваемого ею продукта или услуги. Модернизация осуществляется за счет закупки, казалось бы, новейшего, но уже устаревшего в близкой перспективе оборудования и на этом может закончиться с тем, чтобы повториться через 3-5-10 лет. Для инновационных фирм, организующих деятельность по схеме жизненного цикла, модернизация выступает лишь в качестве подсобного элемента деятельности.

**Этап 2. Развитие страновой инновационной инфраструктуры.** Освоить инновационный подход в виде развитой системы IR могли только крупные фирмы передовых в научно-инженерном отношении стран, как правило, работающие на интернациональных рынках. Прежде всего, это относится к США. Госструктуры этой страны вовремя осознали собственные интересы в случае процветания инновационных фирм, предоставляя им преференции в налоговой, таможенной кредитной и иных областях. Но, наверное, наиболее важным шагом государственной политики стала разносторонняя поддержка инновационных фирм второго эшелона, которые, не имея средств для развертывания полноценного инновационного цикла, а также минимизируя инновационные риски, заимствовали апробированные рынком новшества.

Фирмы второго эшелона оказались не только переходной стадией к «полноценным» фирмам-инноваторам, но и способной формой к устойчивому существованию и воспроизводству инновационной политики. Процесс усвоения все новых и новых апробированных инновационных разработок явился вариантом организации деятельности по схеме перманентного жизненного цикла.

По отношению к таким фирмам государство сегодня придерживается двойной политики. С одной стороны, оно, как и прежде, продолжает ориентировать эти фирмы на переход к полному инновационному механизму, поскольку без их существования страна не в силах занять ведущие позиции в мировой экономике. С другой же стороны, государство содействует расширению второго эшелона и росту его значимости, компенсируя отсутствующие у них инновационные элементы за счет развития инновационной

инфраструктуры. Стратегически важным элементом в этой инфраструктуре являются те финансируемые государством разделы фундаментальных исследований, которые для бизнеса либо неподъемны, либо не представляют прямого коммерческого интереса. Но они крайне нужны современным предприятиям, сохранившим свое ранее избранное направление или перешедшим на создание новой продукции. Становление инновационной инфраструктуры не обошлось без специфической финансовой составляющей, играющей выдающуюся роль на этапе НИР. Это различные, в том числе государственные фонды, венчурный капитал, бизнес-ангелы и другие формы поддержки start-up'ов [13].

Одной из важнейших задач становится повышение инновативности предприятий за счет инновационного потенциала, который становится определяющим фактором устойчивого развития предприятия. Результатом этого будет трансформация научных знаний, идей, открытий, изобретений, а также существующих технологий в новые или усовершенствованные продукты, внедренные на рынке и в производстве, появление новых технологий производства и сбыта, реструктуризация предприятия, усовершенствование системы внутрифирменного управления и т.д. Таким образом, формирование и развитие инновационного потенциала становится неотъемлемой частью стратегии современного предприятия [9]. Развитие инновационного потенциала является составляющим элементом бизнес-процесса для предприятий, которые ориентированы на сохранение и усиление своих позиций на рынках, особенно в долгосрочной перспективе.

Инновационный процесс способен на такую отдачу, эффективность которой намного выше при стандартных подходах и приемах. Высокая эффективность объясняется тем, что новация, в частности, может выступать в виде идеи, реализация которой позволит получить, за счет оригинальности, такую прибыль, которую обеспечило бы, при сравнении с обычной деятельностью, только значительное инвестиционное вливание и увеличение масштабов производства [14]. Несмотря на это, следует признать, что инновационная активность отечественных предприятий достаточно низкая. Связано это, прежде всего, с высокими рисками, которыми сопровождается инновационная деятельность предприятий. Но главным, на взгляд авторов, остается становление полноценной инновационной среды, в которой должна развиваться инновационная система со своими структурами. Рассмотрим этап становления инновационной среды.

**Этап 3. Становление инновационной среды.** Инновационная система нуждается в адекватной среде. Ее высокий персонал требует более комфортного и высококлассного культурного окружения, поэтому среда формируется самим инновационным субъектом. Хорошим примером может служить широко известные новосибирский и иркутский академгородки. В новосибирском академгородке ученые создали один из лучших университетов и теоретическую науку. В иркутском – крупный академический мультидисциплинарный комплекс, объединяющий научно-исследовательские, научно-вспомогательные, производственные и хозяйственные организации СО РАН. Академгородки взрастили на своей территории особый культурный климат, который некоторые исследователи [12] назвали средой творческой профессиональной работы. В идеале среда перестает быть внешним и – более или менее благоприятным окружением, в которое должна вписаться инновационная система, а выращивается под и для нее. Границы такой среды, считают исследователи [7,13] не могут быть жесткими, завязанными на территорию, и определяются интересами инновационной системы. Локальные границы сегодня растворяются под воздействием современных средств коммуникации. За этим процессом, с нашей точки зрения, возможно стоит проблема переосмысления среды как прежде всего, территориальной. Так, прогресс транспортных средств и соответствующей инфраструктуры вызывает как очередное расползание агломерационного пятна крупных городов, захват прилегающих территорий, так и переполнение старых транспортных артерий, не приспособленных к новым реалиям [3,7].

Стратегическая линия развития территории лежит в области создания таких инструментов и механизмов самоуправления, которые позволяют населению наращивать среду обитания под свои, весьма разнообразные запросы. Одна из стратегических целей – рост ресурсного потенциала территории под решение территориальных проблем. И население является как ресурсом, так и владельцем и распорядителем ресурса. Стратегия территориального развития, образно говоря, выступает объемлющей рамкой, как для инновационного подхода, так и для инструментов развития.

В рамках воспроизводства ставится вопрос о тиражировании подобных институциональных образований и даже их трансляции в новые среды (на манер Сколково), хотя это и связано с большими трудностями. Сегодня задача состоит в том, чтобы понять историю институционального состояния в определенной технологии – решение проблем развития за счет новых форм организации науки и производства, новых инфраструктурных образований. За основу оценки состояния инновационного потенциала предприятия принимаются возможности, которыми располагает предприятие для собственной инновационной деятельности [10]. В целом под инвестиционным потенциалом предприятия следует понимать все его ресурсы, которые можно использовать для инновационных процессов: материальные, финансовые, кадровые, информационные, организационные и технические. С точки зрения авторов [5], инновационный потенциал измеряется путем оценки инновационной восприимчивости, инновационной активности и конкурентоспособности предприятия в целом. По оценкам специалистов [11], инновационный потенциал конкретных предприятий востребован сегодня лишь на 7 – 10 %. На наш взгляд, для развития предприятий в конкретной территории нужна система взаимодействия двух элементов – бережливого производства и инновационной политики, направленной на внедрение в производство инновационных проектов. Именно совмещение этих двух подходов позволит предприятиям достичь наилучших результатов. На наш взгляд, применение только инновационного подхода не даст нужного развития предприятию. Связано это с тем, что эффект от инновации постепенно снижается из-за острой конкуренции и устаревания стандартов. Кроме того, система, созданная в результате инновации, неизбежно деградирует, если не прилагать усилий сначала к ее поддержанию, а затем и к совершенствованию.

#### Список использованных источников

1. Балацкий, Е. В. Смена научно- поисковой парадигмы: расследования против исследования . // М.: ИНИОН РАН, 2010, стр. 96-107.
2. Бурцева, Т. А., Трофимова Н. В., Кожемяко О. Г. Конкурентоспособность регионов России и потребность в модернизации Ежегодник. М. : ИНИОН РАН. Вып. 6 , часть 2. – 2011, стр. 404- 408.
3. Дробышевская Л.Н. Особенности формирования инновационной системы в регионах РФ. Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. М.: ИНИОН РАН. Вып. 6 , часть 2. – 2011, стр. **Ошибка! Залка не определена.**- 487.
4. Ефимычев, Ю. И., Трофимов О. В. Инновационный путь развития предприятий в конкурентных условиях // Экономика и финансы. Вестник Нижегородского университета. 2008, №1, с. 151-154.
5. Заварзин, А. Монастырный Е. Готовность предприятия создавать конкурентоспособную продукцию // Инновации, 2005, №7.
6. Звонарева, Н. В., Морозов Г. Б. Необходимость законодательного оформления инновационной деятельности в Российской Федерации // Россия : тенденции и перспективы развития. М.: ИНИОН РАН. Ежегодник . Вып. 6 , часть 2. – 2011, стр. 27 – 31.



7. Инициативные проекты: Стратегия развития российской науки через новые регионы. // Материалы международного форума «Проекты будущего: междисциплинарный подход. Звенигород, 2006. – стр.197-2007.
8. Козлова, Ю. Проблема выбора направления инновационной деятельности предприятия. // Инновации 2006, № 7.
9. Кочетков, С. Методы стимулирования инновационного развития предприятия // Инновации 2008, №7, стр. 87- 95.
10. Молодчик, Н. А. Организационный и личностный уровни инновационности. // Мир России, 2009, №1, стр. 67- 82.
11. Николаев, А. Инновационное развитие и инновационная культура // Проблемы теории практики управления, 2001, №5, стр.57-63.
12. Ромацова, И. Инновационный потенциал предприятия // Биржа плюс финансы, 2008 №1, стр. 67- 88.
13. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития – М. : Прогресс, 1990 (Перевод с венгерского).

УДК 332.1 (476.5)

## НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ В СФЕРЕ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

*Е.А. Волынец, преподаватель-стажер,  
УО «Полоцкий государственный университет»,  
г. Новополоцк, Беларусь*

Актуальность исследования потребительского рынка Витебской области обусловлена стремлением регионов улучшить свои позиции по сравнению с другими регионами страны. Для этого необходимо проанализировать позиции региона с разработкой мероприятий по укреплению слабых и развитию его сильных сторон. Региональный потребительский рынок представляет собой территориальную систему социально-экономических отношений в сфере обмена, обеспечивающую удовлетворение потребностей населения [2, с. 64].

Для исследования характеристики потребительского рынка Витебской области необходим сравнительный анализ регионов Республики Беларусь. При проведении сравнительного анализа использовался метод суммарного ранжирования регионов. Суть данного метода состоит в следующем: каждый регион ранжируется по величине индикаторов, т.е. определяется занимаемое регионом место по каждому индикатору. Суммарный рейтинг региона определяется суммой мест, занимаемых им по всем параметрам, причем наиболее высокий рейтинг присваивается региону, набравшему минимальные значения суммы мест.

В целях анализа следует выделить три группы факторов:

1. *Демографические.* К ним были отнесены следующие показатели: численность населения региона, доля городского населения в общей его численности, плотность населения на 1 км<sup>2</sup>, превышение числа прибывших над числом выбывших, численность населения трудоспособного возраста, естественный прирост населения, соотношение числа браков и разводов (браки-разводы);

2. *Экономические.* К ним были отнесены следующие показатели: денежные доходы на душу населения в месяц, номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников промышленности, численность занятых в промышленности, средний размер назначенных пенсий, доля денежных расходов на покупку товаров и оплату услуг;