

- прирост активов на временном промежутке;
- выявление новых стратегических идей и степень их внедрения и др.

Таким образом, этапы формирования, моделирования и реализации стратегии оцениваются с точки зрения стратегичности (соответствия целям), возможности реализации и эффективности.

*В.С. Протасеня, канд. экон. наук, УО «БГЭУ» (г. Минск)*

## **АДАПТАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА К УСЛОВИЯМ ЦИКЛИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ**

Материальную основу развития социума составляет его экономическая система. В рамках экономической системы осуществляется взаимодействие производства и потребления, т.е. изготовителей продукции и других материальных благ и их потребителей. В этой связи производство, потребление и механизм их взаимодействия выступают как основные, системообразующие элементы в экономике.

Согласно теории систем, экономические системы определяются как сложные, нелинейные, неустойчивые и самоорганизующиеся. Поэтому развитие экономических систем, а также функционирующие в их рамках различные институциональные структуры возникают и развиваются не в результате чьей-либо целенаправленной деятельности, а как следствие непреднамеренной, спонтанной самоорганизации.

Рыночную экономику, которая вот уже почти два столетия определяет и задает вектор развития современной цивилизации в полной мере можно отнести к сложной, нелинейной, неустойчивой и саморазвивающейся системе. В то же время это и сложная динамическая система, так как в процессе своего функционирования способна изменять свои внутренние взаимосвязи и структуру (т.е. организованность и порядок) в зависимости от воздействующих на ней факторов. Рыночная экономика имеет преимущественно открытый характер, из чего следует, что процесс обмена (товарами, услугами, информацией, капиталом) внутри системы, а также с внешней средой не имеет (не опосредован) внеэкономическим принуждением. С другой стороны, следуя основным положениям системного подхода, такие системы не могут быть равновесными и являются квазистабильными.

Среди факторов, оказывающих воздействие на развитие экономической системы, а, следовательно, и производства, выделяют, как эндогенные, так и экзогенные факторы. Влияние экзогенных факторов на развитие экономической системы по мере её эволюции все более возрастает. Большинство из экзогенных факторов сложно поддается идентификации и учесть их влияние можно с определенной степенью вероятности. Таким образом, развитие рыночной экономической системы осуществляется в условиях неопределенности, т.е. случайным образом в следующей последовательности. Вначале под воздействием факторов экзогенного характера происходит накопление количественных изменений, отражающихся в деформации характеристик (свойств) элементов и процессов системы, которые, в свою очередь, детерминируют сложившуюся структуру системы, ухудшая её упорядоченность и организованность, что ведет к общей неустойчивости и нестабильности. По мере достижения критической массы деформаций свойств и характеристик системы, в некоторой точке (определяемой как точка бифуркации) происходит её качественное изменение – переход из состояния

нестабильности в состояние равновесности. В этой связи можно выделить две формы (способа) развития экономической системы: эволюционная (адаптационная стадия) и революционная форма (качественный скачок, фазовый переход).

Совокупность этих стадий, взятых за определенный период времени, образуют динамический цикл.

В рамках такого развития особая роль принадлежит производству как важнейшему системообразующему элементу экономической системы общества, поскольку именно производство обеспечивает качественный скачок (фазовый переход), уравновешивающий состояние экономики. Производство, подстраиваясь (адаптируясь) к изменениям внешней среды и влиянию экзогенных факторов, опосредованных меняющейся системой потребностей и обусловленных этим новых технологических возможностей, изменяет свою структуру. Новая структура производства становится ориентированной на новую систему потребностей.

Основываясь на положении об относительности знаний в конкретном временном интервале о частях и сторонах единого целого и их взаимосвязях, будет логичным предположить, что отражение возрастающего влияния внешней среды на ход производства достигается за счет выделения одного из элементов социально-экономической системы, который до определенного момента не был осознанно идентифицирован как деятельность, воспринимающая влияние внешней среды и динамизм потребностей и адекватно отражающая эти изменения в развитии производства. Этот особый вид деятельности, востребованный на рыночном этапе развития производства получил определение маркетинга.

В этой связи, следуя системному подходу, маркетинг представляет собой особый тип сложных динамических поведенческих систем, формирующих конфигурацию рыночной среды для производства, задавая в то же время направления и динамизм развития самого производства. Маркетинг как управленческая система, эволюционировал в ходе развития общества, обогащая себя как экономическую науку и внося вклад в практику рыночного строительства. Таким образом, следуя логике системного подхода, потребности являются элементами внешней среды для производства, но в то же время это и иерархически упорядоченная система, задающая направленность самому производству, которое все время вынуждено подстраиваться под меняющуюся систему потребностей и тем самым задается импульс к изменению структуры производства.

Вся сложность при этом заключается в идентификации этих самых потребностей и их трансформации в процессе производства в новую продукцию, товары и услуги. Одновременно необходимо осуществить переориентацию (настройку) всех других элементов и процессов производственной системы на изменяющуюся систему потребностей и обусловленную ими структуру. А это в первом приближении и есть суть рыночной адаптации производства, особая роль в которой, как показывает мировая практика, и принадлежит маркетингу. Вместе с тем развитие производства осуществляется в условиях циклической экономической динамики, о чем в частности, свидетельствует нынешний мировой экономический кризис.

Вместе с тем не выработано общей теории (единой точки зрения) в отношении первопричины генерирующих циклических колебаний в экономике. Существует множество теорий, исследующих причины цикличности, которые конкурируя между собой, дополняют друг друга.

Наибольшей новизной, а также интегрированностью результатов исследований авторов в обосновании механизма циклических колебаний в экономике отличается под-

ход, предложенный российским экономистом С. Глазьевым, который вводит такое понятие как «технологический уклад» [1]. Каждому технологическому укладу присущи свои базисные технологии, составляющие его ядро. Следовательно, в рыночной экономике фундаментальной причиной цикличности выступает становление и смена технологического уклада. В зависимости от фазы жизненного цикла технологического уклада: становления, роста, зрелости и упадка — меняются темпы и уровень экономической активности в обществе. Между тем, разные исследователи указывают разную продолжительность циклов. Объяснение такого несоответствия, в основном, связывается с различием в количестве анализируемых показателей, отражающих экономическую динамику той или иной страны. Подход С. Глазьева и здесь также более точен, поскольку неопределенность в идентификации уклада в начале экономического цикла объясняется тем, что зарождение нового технологического уклада происходит в недрах старого и его характерные черты проявляются только с течением времени, на протяжении которого старый и новый уклад сосуществуют.

Началом каждого нового цикла можно считать момент, когда новый технологический базис (комплект технологических инноваций) становится доступным в производстве. Поэтому, если следовать положениям теории систем, успешность производства понимаемая как его рыночная результативность в долгосрочной перспективе обуславливается (задается) способностью производства к саморазвитию, что выражается в умении адаптироваться (приспособиться) к новым техническим возможностям, встроившись в формируемые производственно-технологические цепочки на базе нового уклада. Данный вывод особенно значим для производства, находящихся на этапе системной структурной модернизации, которая к тому же детерминирована необходимостью рыночной трансформации сложившейся системы экономических отношений. И в этой связи основная задача для субъекта производства — обеспечить «умение» адаптироваться к перманентным изменениям рыночной конъюнктуры, задаваемой новыми технологическими возможностями. Прежде всего, необходимо широко использовать маркетинговую концепцию в управлении производством.

Среди основных задач, решаемых в рамках применения маркетинговой концепции в управлении производством на стадии его перехода к новым технологическим возможностям, следует выделить:

- нейтрализацию деструктивного влияния индуцируемых в ходе НТП технологических новшеств на развитие общественного производства. Поскольку диффузия новых технологических возможностей в сложившуюся технологическую структуру производства вызывает обесценивание основных фондов приводит к росту энерго- и фондопотребления и в итоге снижает привлекательность продукции, выпускаемой базовыми отраслями.

- ускорение внедрения элементов технологических инноваций, способных генерировать новые потребности и изменять устоявшийся тип потребления.

- сокращение старого уклада в производственных процессах ведущих отраслей, так как новый технологический уклад формируется в структуре прежнего, то и его развитие после качественного скачка (т.е. реализации технологической революции) основывается на производственном потенциале сформировавшегося в ходе предшествующего этапа технико-экономического развития (прежнего технологического уклада). При этом используются энергоносители, конструкционные материалы и сырьевые ресурсы, массовый уровень потребления которых был достигнут в результате развития предшествующего технологического уклада. Параллельное существование старого и нового укладов негативно сказывается на эффективности общественного произ-

водства, поскольку вынужденное потребление новым технологическим укладом продукции технологических совокупностей предшествующего сопровождается экономическими потерями в силу несоответствия их качества техническому уровню потребляющих производств.

В условиях нарастающей турбулентности экономической среды маркетинг выступает как основной элемент механизма самонастройки и адаптации производства. Такая адаптация заключается в обеспечении плавного встраивания генерируемых новым укладом технологических инноваций в сложившуюся отраслевую структуру производства, формируя для него поле новых потребностей. В свою очередь, адаптационная направленность маркетинга обуславливает расширение функциональной сферы его применения. При этом, объектами маркетингового воздействия становятся:

- \* обеспечение идентификации зарождающихся технологических нововведений в сочетании с их коммерческой перспективой в структуре глобальных товарных рынков;
- \* обеспечение ускорения диффузии технологических новшеств, порождаемых новым технологическим укладом в сложившуюся структуру производства;
- \* обеспечение сглаживания детерминирующего влияния порождаемых технологическими новшествами колебаний спроса на производство, развивающееся на основе «старого» технологического уклада.

## Литература

1. Глазьев С.Ю. Экономическая теория технического развития. Москва: «Прогресс», 1990. 230 с.
2. March. I.Y., Olsen I.P. Analysis And Choice in organizations. Bergen. 1976
3. Nelson. R. Winters. An Evolutionary theory of Economic Change. Cambridge. 1982

*И.В. Пригун, канд. экон. наук, УО «БГЭУ» (г. Минск)*

## КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ СРЕДЫ КАТЕГОРИИ «ИННОВАЦИЯ»

Исходным пунктом исследования теории и практики инновационной деятельности является вопрос о внутреннем содержании инновации как экономической категории. Этот несомненно важный аспект часто оказывается за рамками работ, посвященных данной проблеме. Вследствие чего одна из задач данной работы заключается в том, чтобы раскрыть содержание этого понятия через последовательное развертывание его различных определений.

Под влиянием изменений условий ведения бизнеса и трансформации внешней среды в русскоязычной экономической литературе понятие «инновация» оказалось тесно связанным с терминами «новшество» и «нововведение». Так, большинство ученых в своих исследованиях отождествляют инновации и нововведения, отдельные – нововведения и новшества. Ряд авторов, наоборот, отмечают различия между рассматриваемыми категориями. Вместе с тем нельзя согласиться с аргументацией И.Т. Балабанова который считает, что: «Инновации основываются на новшествах, или нововведениях, называемых новациями». Тем самым рассматривая нововведения, новшества и новации как синонимы и противопоставляя их инновациям. В то же время он утверждает, что «Новация (лат. novation – изменение, обновление) представляет собой какое-то новое, ранее не существовавшее явление».

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.  
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.