

В рамках инновационного процесса приведенные факторы выступают объектами маркетингового воздействия.

Распространение инновации начинается с рыночной стадии. На данной стадии инновационного процесса роль маркетинга, с одной стороны, заключается в обеспечении вывода и продвижения созданного инновационного продукта на рынок. Основная цель — максимальное способствование ускорению процесса обмена — достигается решением следующих задач: устранение социальных и психологических барьеров, возникающих на пути продвижения инновации к потребителю; привлечение к сотрудничеству независимых субъектов рынка (посредников) и рыночной инфраструктуры. Вместе с тем ключевая цель маркетинга — обеспечить максимальную длительность рыночной стадии (фаза роста на кривой жизненного цикла инновации). Постановка такой цели предполагает сохранение так называемой инновационной монополии для субъекта хозяйствования, создавшего инновацию и выведшего ее на рынок. Для этого может быть использован самый широкий арсенал методов и инструментов маркетинга, включая обеспечение патентной защиты новшества, положенного в основу инновации, а также сохранение в коммерческой тайне маркетинговых и организационно-управленческих ноу-хау.

Таким образом, маркетинг органически встроен в процесс диффузии инноваций, выступая одновременно и в качестве «ускорителя» внедрения инноваций и в качестве «ограничителя» развития рынка инновационного продукта.

*Л.В. Прудникова*  
*ВГТУ (Витебск)*

## **ИНТЕГРАЦИЯ СТРАН — ЧЛЕНОВ ЕЭП В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

В современных условиях актуальность интеграционных процессов продолжает возрастать. На пространстве СНГ наблюдается многоуровневая интеграция. Страны — члены ЕЭП (Беларусь, Россия, Казахстан, Кыргызстан и Таджикистан) значительно продвинулись в этом направлении. Одним из важнейших направлений интеграции ЕЭП является сотрудничество в области модернизации экономики. При этом важной является разработка и реализация согласованной промышленной политики. Основная цель промышленной политики стран — членов ЕЭП — стимулирование перехода экономики стран на инновационный путь развития, позволяющий науке и высокотехнологичным производствам стать локомотивом экономического роста, обеспечить адекватные условия для развития производственного сектора экономики. При этом следует учитывать значительные различия в структурах национальных экономик стран — членов ЕЭП. Высокая доля сельского хозяйства в структуре национальных экономик Кыргызстана и

Таджикистана (17,1 и 24,2 % соответственно, против 4; 8,9 и 4,9 % в России, Беларуси и Казахстане). При этом достаточно низкая доля обрабатывающей промышленности в структуре промышленного производства Казахстана (32,4 % против 90,3; 65,6; 83,4 и 68,8 % в Беларуси, России, Кыргызстане и Таджикистане). Соответственно для России, Беларуси и Казахстана актуальными являются структурные преобразования путем технологической модернизации и повышения инновационной активности в промышленности. Для Кыргызстана и Таджикистана актуальными являются структурные преобразования, касающиеся перемещения избыточной рабочей силы из аграрного сектора в обрабатывающую промышленность. Вместе с тем при наличии таких изменений в структуре национальных экономик национальные программы в сфере промышленности стран — членов ЕЭП сходятся в необходимости создания высокопроизводительных рабочих мест на перспективных производствах обрабатывающей промышленности (в Таджикистане — производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака, текстильное и швейное производства, металлургическое производство и производство готовых металлических изделий; в Кыргызстане — металлургическое производство и производство готовых металлических изделий; в Казахстане — производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака, текстильное и швейное производства, обработка древесины и производство изделий из дерева; в России — химическое производство, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, производство транспортных средств и оборудования; в Беларуси — производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака, обработка древесины и производство изделий из дерева, химическое производство и др.).

Проведенный анализ национальных программ стран — участниц ЕЭП в сфере промышленности (Программа развития промышленного комплекса Республики Беларусь до 2020 года, Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, Стратегия развития Казахстана до 2030 года, Национальная стратегия устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2013—2017 годы, Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2015 года и др.) показал ориентацию стран на развитие промышленности на основе повышения конкурентоспособности. При этом политика наращивания экспорта, политика импортозамещения строится в основном исходя из возможностей национальных производителей, не учитывая степень пересечения рынков сбыта стран — партнеров ЕЭП (в частности, рынки сбыта России, Беларуси и Казахстана) и возможности возникновения неоправданной конкуренции. Таким образом, необходима детальная координация в рамках формирования согласованной промышленной политики с задействованием механизмов более глубокой промышленной кооперации.