

Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым
Министерство экономического развития Республики Крым
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского"

Институт экономики и управления

Крымская академия наук

Белорусский государственный университет (г. Минск)

Абхазский государственный университет (г. Сухум)

Донецкий национальный университет (г. Донецк)

Комитет по инновационной деятельности при ТПП Крыма

ООО «НПО Консультант»

КРОО «Центр поддержки реформ»

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

**К 100-ЛЕТИЮ Крымского федерального университета
имени В.И. Вернадского**

Сборник научных трудов

III МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ



Симферополь
ИТ «АРИАЛ»
2018

УДК 338
ББК (я)65
Ф 79

*Информация об опубликованных трудах предоставляется в систему
Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)*

Редакционная коллегия:

Кирильчук С.П. (научн. редактор) – д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономики предприятия Института экономики и управления;

Штофер Г.А. (зам. научн. редактора) – доцент кафедры экономики предприятия Института экономики и управления, к.э.н., доцент;

Логунова Н.А., д.э.н., проректор по научной работе ФГБОУ ВО "Керченский государственный морской технологический университет" (г.Керчь).

Рецензенты:

Шаховская Л.С., член-корреспондент РАЕН, д.э.н., профессор, профессор кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета (г.Волгоград, Россия);

Озган Е.К., к.э.н., декан экономического факультета Абхазского государственного университета (г.Сухум, Республика Абхазия).

- Ф 79 Формирование финансово-экономических механизмов хозяйствования в условиях информационной экономики: сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции / научн. ред. С.П. Кирильчук; редкол.: Г.А. Штофер, Н.А. Логунова. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2018. – 188 с.
ISBN 978-5-907032-58-3

В сборник научных трудов включены статьи участников III Международной научно-практической конференции «Формирование финансово-экономических механизмов хозяйствования в условиях информационной экономики», отражающие широкий спектр научных исследований ученых в сферах инновационного развития субъектов хозяйствования в условиях новой экономики; формирования национальных приоритетов в информационной и цифровой экономике; современных тенденций интеллектуализации хозяйственных решений предприятия; монополизации отраслевых рынков; развития территориальных систем в современных условиях; обеспечения экологической безопасности социально-экономических систем.

Работы публикуются в редакции авторов. Ответственность за достоверность фактов, цитат, собственных имён и других сведений несут авторы.

УДК 338
ББК (я)65

SBN 978-5-907032-58-3

© ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», 2018
© Коллектив авторов, 2018
© ИТ «АРИАЛ», 2018

**ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В КОНЦЕПЦИИ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА**

*Галовицкая Е. Э., доцент кафедры инновационного менеджмента, к. э. н.
Белорусский государственный университет (г. Минск, Республика Беларусь)*

Современные институциональные условия инновационной деятельности Республики Беларусь ориентированы на интеллектуализацию, цифровизацию экономических процессов цель которых достижения стратегических ориентиров, отраженных в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы [1]. Снижение ряда экономических показателей экономики (например: наукоемкость ВВП снизилась с 0,76% в 2011 году до 0,46% в 2016г., удельный вес инновационной продукции, новой для мирового рынка уменьшился с 0,8% до 0,6%, коэффициент изобретательской активности с 2005 г. уменьшился на 50%, при этом с 2010 по 2015 г. уменьшение составило 68%, изобретательская активность) [2] обуславливают необходимость формирования механизма развития интеллектуальных ресурсов как ключевого фактора инновационной деятельности национальной экономики [3]. С нашей точки зрения, таким механизмом может стать институциональный маркетинг, основу которого, составляет практико-ориентированный подход к организации воспроизводства и формирования интеллектуальных ресурсов. Институциональный маркетинг мы определяем, как системную деятельность по удовлетворению потребностей субъектов рынка в установлении правил, норм и механизмов рыночного поведения, с целью эффективного общественного воспроизводства.

Специфика институционального маркетинга заключается в следующем. Институциональный маркетинг затрагивает интересы всех субъектов рынка, в том числе и государства как третьего участника рыночных сделок, ее гаранта, в явной или неявной форме, контролирующей бизнес-процессы. Институциональный маркетинг носит характер общественного маркетинга, поскольку отражает в себе все эволюционные процессы своего развития в экономическом пространстве, в том числе и маркетинг отношений. Важно понимать, что институциональный маркетинг фокусирует свое внимание на обменных процессах внутри института, на межинституциональных процессах с приложением к конкретной сфере (отрасли) хозяйствования и субъекту рынка. Институциональный маркетинг удовлетворяет потребности субъектов рынка в правилах, нормах и механизмах ограничения по поводу осуществления всего многообразия рыночных обменов во всех без исключения отраслях народного хозяйства и областях экономической деятельности.

В рамках институционального маркетинга классические функции маркетинга адаптируются к инновационной деятельности и формируют механизм развития интеллектуальных ресурсов. Как известно, развитие интеллектуальных ресурсов осуществляется на основе приращения и воспроизводства новейших знаний в условиях управления, образования и инновационной деятельности от базовых форм интеллектуальных ресурсов (физические способности, когнитивные способности) к высшим формам (социальные способности, эмоциональные способности) к наивысшим формам (духовные способности, способности к изменениям). Поэтому составляющие механизма институционального маркетинга должны логично взаимосвязывать все базовые и комплементарные институты определяющие условия развития интеллектуальных ресурсов [4] (рис.1).

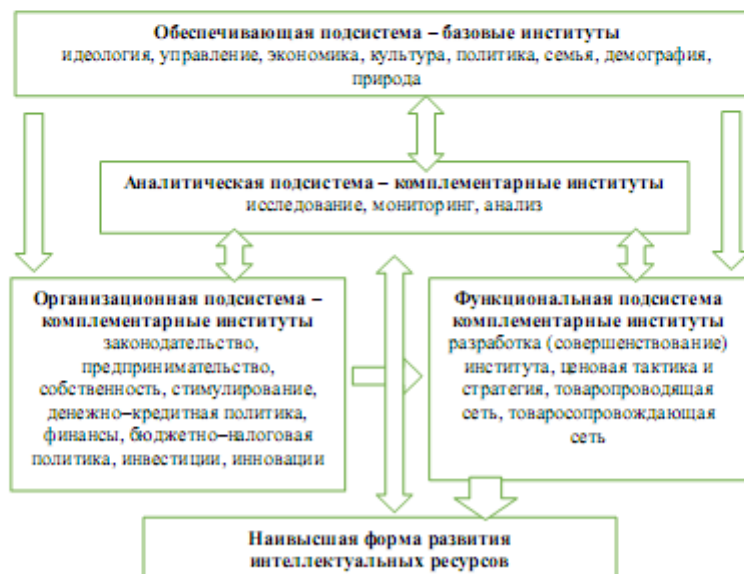


Рис.1. Основы механизма институционального маркетинга

Источник: составлено автором

Структура механизма включает: обеспечивающую подсистему в составе которой базовые институты, дополненные факторами макро – среды маркетинга (идеология, управление, экономика, культура, политика, семья, демография, природа), определяют вектор развития социально-рыночной среды, формируют подсистему, определяющую стратегические ориентиры развития интеллектуальных ресурсов; подсистему организации субъектно-объектных взаимодействий, включающую комплементарные экономические институты; аналитическую подсистему, в рамках которой осуществляется мониторинг уровня развития интеллектуальных ресурсов, эффективности их использования и рыночной среды; функциональную подсистему, осуществляющую комплекс маркетинговых мероприятий по развитию интеллектуальных ресурсов.

Таким образом, можно заключить, что институциональный маркетинг как механизм развития интеллектуальных ресурсов является практико-ориентированным подходом к организации воспроизводства и формирования интеллектуальных ресурсов, а также их дальнейшего использования и развития на предприятиях Республики Беларусь. Практическая реализация данной концепции позволит сформировать благоприятные условия для обеспечения эффективной организации инновационной деятельности в национальном хозяйстве и обеспечит усиление государственной поддержки инновационной деятельности, что в итоге приведет к повышению уровня инновационного развития всей экономики Республики Беларусь.

Список использованных источников:

1. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016– 2020 годы / под ред. А. Г. Шумилина. — Минск: ГУ «БелИСА», 2017. — 149 с С.6
2. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь. Белорусский национальный статистический комитет [Электронный ресурс]-<http://www.belstat.gov.by>.-Дата доступа:01.01.18.
3. Байнев В.Ф. Переход Беларуси к инновационной экономике: реформирование или модернизация? // Наука и инновации. 2016. Т. 5. № 159. С. 22-25.
4. Шаховская Л.С., Попкова Е.Г., Позднякова У.А. Приоритетные направления развития интеллектуальных ресурсов экономики Республики Беларусь и Российской Федерации // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2015. № 15 (179). С. 56-61.