

УДК 330.895

ИННОВАЦИОННАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**Т.В. ДАНИЛЬЧЕНКО***(Белорусский государственный экономический университет, Минск)*

Рассматривается сущность и роль инновационной восприимчивости в развитии экономики Республики Беларусь. Проанализированы некоторые понятия и подходы в научной литературе, раскрывающие экономическое содержание категории «инновационная восприимчивость». Дана авторская трактовка инновационной восприимчивости с позиций человеческого капитала и раскрыта внутренняя взаимосвязь и взаимообусловленность между данными понятиями. Предложена модель инновационной восприимчивости экономики, отражающая инфраструктурные аспекты инновационного типа развития на уровне индивида, фирмы и национальной экономики. Выделены и обоснованы стабилизирующие, структурные и активизирующие факторы, обеспечивающие успешное формирование национальной инновационной восприимчивости экономики на основе эффективного развития человеческого капитала. Автором предложены и обоснованы некоторые мероприятия институционального и экономического характера, которые будут содействовать повышению инновационной восприимчивости на отечественных предприятиях и обеспечат стабильность и поступательность экономического роста.

Человеку, живущему в системе экономических отношений в мире вещей, предметов и форм, в мире сложных ситуаций необходимо иметь определенный багаж знаний, который бы позволял ему ориентироваться в этой системе и максимально возможно реализовывать свои интересы. Общеизвестно, что из придатка машин человек давно превратился в главную движущую силу производства. Инновационный путь развития требует от него инновационной восприимчивости к тем изменениям, которые вытекают из данного пути развития.

Для определения экономического содержания категории «инновационная восприимчивость» целесообразно раскрыть сущность понятий «восприятие» и «инновация». В литературных источниках имеют место различные трактовки данных понятий. Так, в энциклопедическом словаре под общей редакцией А.В. Петровского восприятие рассматривается не как пассивное копирование мгновенного воздействия, а живой, творческий процесс познания [1, с. 105 – 106]. Папковская П.Я. указывает, что человек постоянно нуждается в знаниях о предметах или явлениях, происходящих в разные периоды его жизни. В этой связи подчеркивается, что «восприятие – это отражение мозгом свойств предметов или явлений в целом, воспринимаемых органами чувств человека в какой-то отрезок времени, оно дает первичный чувственный образ предмета или явления. Восприятие есть отражение, копия, образ совокупности свойств, а не отдельного из них. В мозгу человека отражается предмет. Восприятие дает знание предметов, вещей, а не свойств. Но восприятие также ограничено. Оно дает знание только тогда, когда воспринимаемый объект имеется в наличии, существует сейчас. Но деятельность человека нуждается в знании и о тех предметах, которые воспринимались в прошлом или могут быть восприняты (повториться) в будущем» [2, с. 184]. По мнению В.А. Барабанщикова, «воспринять – значит, по существу, онтологизироваться, включиться в процесс взаимодействия с существующей реальностью, стать причастным ей» [3, с. 8].

Любое словосочетание представляет собой соединение двух и более знаменательных слов, связанных по смыслу и грамматически представляющих собой сложное наименование явлений объективной действительности. Одно из них выступает как стержневое, а другое как зависимое [4]. Согласно канонам русского языка в словосочетании «инновационная восприимчивость» стержневым выступает слово «восприимчивость». По своей сути оно является производным от термина «воспринять» и может быть понято как творческий процесс, атрибут деятельности человека, предполагающий постоянное пополнение знаний, необходимых ему для преобразования себя и понимания окружающего мира в его настоящем, прошлом и будущем. Зависимым словом выступает «инновационная» – производное от термина «инновация», имеющее довольно значительный спектр экономической трактовки. В современной литературе встречается большое число дефиниций «инновация», причем сравнительно часто отличающихся друг от друга. Можно констатировать, что не выработана единая трактовка данной дефиниции.

Непредвиденные события, разрушающие устоявшееся восприятие человеком реальности, его мнение, предположения, уверенность, могут выступать неиссякаемым источником инноваций. В этом плане мы солидарны с П. Друкером, дающим аналогичную трактовку источника инноваций [5, с. 86].

Следует отметить, что термин «инновация» происходит от латинского слова «*in novato*», что обозначает обновление или улучшение. Приблизительно так его трактуют различные словари. Оно несет в себе экономический, технический и социальный смысл и отражается в разных системах отношений, объектом которых являются продукт, процесс, организация, экономика либо переход из первоначального в новое состояние. При этом следует согласиться с М.В. Волинкиной в вопросе о том, что в роли инновации могут также выступать новые технологии в сфере культуры, обучения и подготовки кадров, организации досуга,

новые методы научного познания [6, с. 10]. Аналогичной позиции придерживается и П.Н. Завлин, определяющий инновацию как «использование в любой сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности для совершенствования процесса деятельности или его результатов (производство, экономические, правовые, социальные отношения, область науки, культуры, образования и другие сферы деятельности общества)» [7].

Представляется, что вполне правомерно в узком смысле категорию «инновация» определить как продукты, технологии или услуги, обладающие принципиально новыми свойствами, созданные на основе новейших достижений научно-технического прогресса и предназначенные для рыночной реализации, а также качественно обновляющие характер производства. Вместе с тем следует согласиться с И.Г. Куфтыревым, что для того чтобы то или иное нововведение являлось инновацией, должно выполняться одно важнейшее условие, а именно: внедрение инноваций должно обеспечивать рост экономической эффективности. Поэтому в широком смысле «инновация» как экономическая категория представляет собой такое экономическое отношение, посредством которого достижения научно-технического прогресса способствуют росту эффективности производственного процесса [8, с. 154].

Основная часть. Исходя из рассмотренных определений можно сказать, что «инновационная восприимчивость» есть самостоятельный, творческий процесс отражения предметов, событий или явлений, возникающих в окружающем мире, результатом которого является субъективный образ нового, зависящий от человека. Она обеспечивает чувственную ориентировку в трансформирующемся мире, призывает к постоянному повышению уровня знаний, позволяет человеку изменять окружающий мир и изменяться, совершенствоваться самому. Инновационная восприимчивость во многом определяется уровнем развития человеческого капитала, требует постоянного его развития, которое воплощается в знаниях и умениях, способствующих быстрому и более полному восприятию нового. Вместе с тем восприятие нового, его использование способствует дальнейшему накоплению индивидом человеческого капитала. Таким образом, процесс инновационной восприимчивости активизирует не только внешние (образование, производственное обучение, повышение квалификации), но и внутренние (освоение инноваций, их эффективное использование) источники развития и саморазвития человеческого капитала. Необходимость непрерывного процесса обучения обусловлена быстрыми темпами социально-экономического прогресса, развития новых, высоких технологий.

В настоящее время инновационный лаг, т.е. период от момента возникновения идеи до начала ее эксплуатации, основанной на ней технологии, сократился с 50 до 2 – 3 лет, т.е. время, необходимое для освоения новой технологии, сократилось в развитых странах с 6 – 7 лет до 2 – 3 месяцев [9, с. 15].

При восприятии инноваций не столь важен полный результат их применения. В соответствии с общими закономерностями деятельности индивид желает получить от инновации в первую очередь то, что ему необходимо исходя из системы потребностей, определяющих его интересы и соответствующие действия.

Представляется, что процесс восприятия инноваций не следует трактовать как сугубо психологическую категорию. Он в значительной мере зависит от экономических потребностей и связан с уровнем развития человеческого капитала, способствует формированию системы новых прогрессивных социально-экономических отношений в различных сферах и отраслях экономики и готовности к их восприятию и освоению субъектами этих отношений.

Индивид, обладающий высоким уровнем развития человеческого капитала, может не только понимать и воспринимать экономическое значение инноваций, но и способен применить их (осуществив переход от теории к практике) в различных сферах экономической деятельности, в том числе и предпринимательской, приносящий ему определенный доход. Не без основания Е.А. Лурье утверждает, что сформировалось особое гражданское сообщество, в котором наука и образование считаются самым престижным и перспективным делом. В нем сложился особый климат, появилась восприимчивость к новшествам. А главное – готовность непосредственно участвовать в решении инновационных задач [10, с. 41].

Сегодня вырабатывается новый, инновационно ориентированный менталитет общества, и в этом одно из важнейших условий экономического успеха. Наука и образование уже многие годы пользуются особым вниманием и поддержкой в нашем обществе, что подтверждается значительным уровнем индекса развития человеческого потенциала, по которому Республика Беларусь в глобальном рейтинге занимает 68 место из 182 стран и территорий и входит в группу стран с высоким уровнем его развития [11, с. 172]. В этих условиях необходимо обеспечить использование устремлений экономических субъектов на обновление и выход на новые рубежи развития. Процесс развития экономики – это процесс, который сопровождается переходом на качественно новейшую, более совершенную ступень, когда ломаются прежние приоритеты и рамки, а новые взгляды и идеи предопределяют дальнейший путь экономического развития [12]. Можно сказать, что восприятие инноваций, их созидание и воплощение в жизнь являются решающими факторами прогресса на всех уровнях национальной экономики.

Как указывает С.С. Сидорский, образовательный процесс – это основа для перехода к инновационной экономике, и поэтому необходима целостная национальная инновационная система, преобразующая новое знание в продукты и услуги, необходимые экономике и обществу [13]. Следует заметить, что потребление этих продуктов позволяет той или иной стране находиться на передовых рубежах социально-экономического прогресса.

Знания человека, его постоянное самосовершенствование являются залогом успешного формирования инновационной восприимчивости и достижения устойчивого экономического роста экономики. Придерживаясь классификации М.В. Егоровой, можно выделить следующие факторы формирования инновационной восприимчивости: стабилизирующий, структурный, активизирующий [14, с. 7 – 8], содержание которых нами раскрывается по-новому. *Стабилизирующий фактор* позволяет удерживать экономическую систему в равновесии и быть готовой к инновационной восприимчивости. *Структурный фактор* дает возможность выделить в структуре инновационной экономики основной элемент инновационной восприимчивости и качественно оценить его состояние в разных экономических подсистемах. *Активизирующий фактор* обеспечивает активизацию не только структурного фактора, его качественную и количественную динамику, но и всей системы инновационной восприимчивости.

Базируясь на рассмотренной системе факторов инновационной восприимчивости, можно построить модель инновационной восприимчивости экономики, отражающую инфраструктурные аспекты инновационного типа развития.

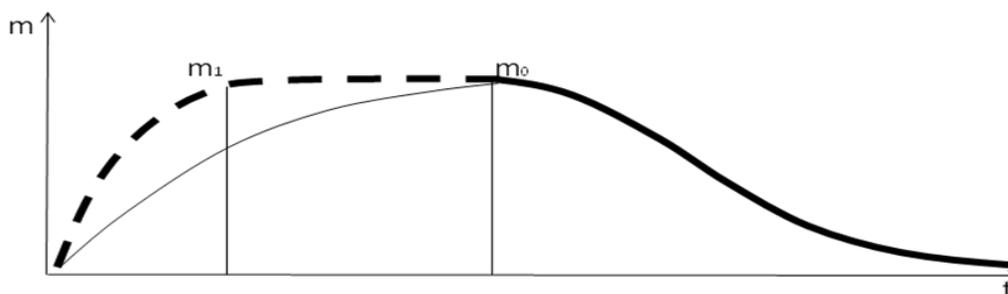
Модель инновационной восприимчивости экономики

Инновационные подсистемы	Стабилизирующий фактор	Структурный фактор	Активизирующий фактор
Индивид как производитель-инноватор и потребитель	Индивидуальный доход и способность потреблять инновационные продукты в сфере личного потребления	Образование и производственный опыт	Конкурентоспособность на рынке труда и предрасположенность к освоению новых технологий, изделий, образцов
Фирма как рыночный институт, государственное предприятие	Прибыль	Научно-образовательный, интеллектуальный и предпринимательский потенциал	Востребованность рынком инновационной продукции, ее конкурентная приоритетность ?
Национальная экономика	Национальный доход и доля в нем инновационных товаров и услуг (личного и производственного характера потребления и средств производства)	Развитость системы образования, фундаментальной и прикладной науки, научно-образовательной инфраструктуры	Государственная поддержка и общественный интерес к формированию более высоких (V и VI) технологических укладов

В данной модели мы выделяем следующие инновационные подсистемы: индивид, фирма (предприятие) и национальная экономика. Предложенная модель отражает следующие зависимости: на уровне «индивид» рассматривается человек, именно он причина всех происходящих изменений. С одной стороны, он является создателем инноваций, а с другой – их потребителем. Для того чтобы осуществить и то, и другое он должен обладать высокоразвитым человеческим капиталом. Ведь воспринять (осознать) необходимость инноваций, включиться в процесс их освоения (создания и использования) может лишь индивид, обладающий соответствующим культурно-техническим и образовательным потенциалом, а также производственным опытом. Высокой устойчивости на рынке труда и способности к освоению инновационной продукции он может добиться, возвышая свой образовательный потенциал и накапливая соответствующий производственный опыт. Все это индивиду нужно не само по себе, а как условие роста личного дохода, который позволяет потреблять, в том числе, и все больше инновационных продуктов. Таким образом, необходимость роста устойчивости индивида на рынке труда и его способность к освоению инновационной продукции побуждает последнего к накоплению человеческого капитала, воплощенного в знаниях, умениях и производственном опыте, использование которого позволит индивиду устойчиво закрепиться на том или ином сегменте рынка труда и обеспечить положительную динамику личного дохода. Желание повысить личный доход, улучшить свою жизнь стимулирует к получению образования, что в свою очередь дает индивиду возможность развития и самосовершенствования. Более того, он не только заинтересован в новых разработках и их приобретении, но и является их создателем, инноватором.

На микроуровне «фирма» рассматривается как предприятие в целом, потенциал персонала и выпускаемая продукция или оказываемая услуга. Добиться конкурентных преимуществ, успеха на рынке она может за счет выпуска инновационной продукции или услуги, той которой отдадут предпочтение потребители. Для этого ей нужно постоянно совершенствоваться, улучшать качество или создавать принципиально новую продукцию за счет использования своего инновационного потенциала. В этой связи предприятию необходимо иметь высокий инновационный потенциал персонала, который может формироваться благодаря накопленному человеческому капиталу. Востребованность на рынке выпускаемой инновационной продукции, её конкурентная приоритетность побуждает фирму к накоплению и эффективному использованию научно-образовательного, интеллектуального и предпринимательского потенциала, выступающего в этих условиях ключевым фактором её социально-экономической динамики. Получая высокую норму прибыли в результате создания инновационной продукции путем использования инновационных технологий, фирма добивается устойчивого положения на рынке, реализует расширенное воспроизводство преимущественно интенсивного, инновационно ориентированного типа. Активизирует-

ся побудительный мотив к инвестированию фирмой средств в рост квалификационно-образовательного уровня персонала. Все это «оказывает влияние на восприимчивость к инновациям через заинтересованность состоянием дел в организации, через отношение к переменам, которые всегда сопровождают любые инновации, через понимание сущности и необходимости инноваций конкретного вида и роли высококвалифицированных работников в их творческом исполнении» [14, с. 9]. Инновационная восприимчивость фирмы (предприятия) может рассматриваться как ее способность рационально использовать ресурсы и инновационные технологии в контексте удовлетворения потребностей рынка с целью получения прибыли, позволяющей ей реализовывать преимущественно интенсивный тип расширенного воспроизводства. Инновационно ориентированная фирма стремится своевременно и эффективно создавать организационно-экономические механизмы, нацеленные на скорейшее достижение пика жизненного цикла продукции фирмы, достигнутого за счет инноваций, более продолжительного времени их использования и получения большего объема востребованной на рынке продукции. Это можно интерпретировать и графически.



Кривая жизненного цикла продукции фирмы:
 m – объем выпуска продукции в единицу времени; t – время

Источник: собственная разработка.

На рисунке отражено, что достижение пика жизненного цикла за счет инноваций происходит раньше, в точке m_1 , а продукция на этом пике может продержаться более длительное время, до точки m_0 , которой она могла бы достигнуть на прежней технико-технологической основе, без внедрения инноваций. Следовательно, фирма получает возможность быстрее и в большем объеме реализовать востребованную рынком продукцию. В этом плане нельзя не согласиться с М.В. Егоровой, что необходимо «использовать и развивать творческую инициативу персонала предприятия, а также потенциал специалистов в рамках межфирменных соглашений, организационную культуру предприятия в соответствии со стратегией обеспечения конкурентоспособности и факторами удержания конкурентных преимуществ» [14, с. 9 – 10].

Здесь необходимо иметь в виду то, что фирма может создавать больший объем прежней продукции за счет использования инноваций в производственном процессе, а может создавать принципиально новую, инновационную продукцию. Много, конечно, зависит от конъюнктуры рынка, какая продукция в данный момент пользуется спросом. Однако если рассматривать деятельность фирмы в долгосрочном периоде, то безальтернативным в плане развития фирмы, ее маркетинговой стратегии закрепления на различных нишах рынка и получения долговременной экономической прибыли является вариант создания инновационной продукции на основе инновационных технологий. В этом направлении должны быть использованы знания её сотрудников, накопление которых она стимулировала и поощряла. Как верно замечает П.Ф. Друкер, «знание, которое раньше было целью, становится средством» [15, с. 297]. Можно лишь добавить, что знания выступают средством, обеспечивающим долговременное присвоение прибыли, которая в свою очередь может выступать в качестве ресурса для накопления новой суммы знаний.

Ключевое воздействие на распространение инноваций оказывает уровень заинтересованности фирмы в переменных, её восприятие или сопротивление новшествам. Восприимчивость к инновациям во многом зависит от образовательного уровня и производственного опыта работников фирмы как создателей продукции.

На макроуровне «национальная экономика» рассматривается национальная экономика как совокупность всех отраслей, взаимосвязанных в едином народнохозяйственном комплексе страны. Её инновационное развитие в значительной мере предопределяет динамику национального дохода (ВВП) и высокое место в системе межстрановых сопоставлений. Этого невозможно достичь без высокого уровня инновационной восприимчивости национальной экономики. Она способствует не только экономическому росту, но и его новому качеству, проявляющемуся как в создании и освоении высоких технологий, соответствующих V и VI технологическим укладам, так в повышении доли инновационных товаров в общем их выпуске в разрезе и средств производства, и предметов потребления.

Еще в 50-е годы прошлого столетия Нобелевский лауреат Роберт Солоу предсказал, а время подтвердило, что возможность роста доходов населения достигается в той мере, в какой используются инновации и прежде всего совершенствующиеся или разрабатываемые новые технологии [16, с. 40]. Новые техно-

логии можно покупать и адаптировать к условиям национальной экономики, а можно и создавать самостоятельно. Однако и то, и другое не осуществимо без соответствующей инновационной восприимчивости. Инновационная восприимчивость экономики определяется адекватной системой социально-экономических отношений, технико-технологическим уровнем и отраслевой структурой народно-хозяйственного комплекса, состоянием системы общего и специального образования, а также системы фундаментальных и прикладных научных исследований. Поэтому решение проблем развития инновационно ориентированной научно-образовательной инфраструктуры будет способствовать накоплению высокоразвитого человеческого капитала, способного воспринимать, генерировать и воплощать в жизнь инновации. Как верно замечает М.В. Егорова, «инновационная восприимчивость экономики определяется наличием желания, условий и возможностей для создания (или приобретения), реализации, распространения и использования различного рода нововведений» [14, с. 10].

Достижение инновационной восприимчивости экономики предполагает реализацию на национальном уровне следующей системы мероприятий: во-первых, это развитие взаимосвязанной системы общего и специального образования, повышения квалификации и переподготовки кадров как непосредственно на производстве, так и с отрывом от него; во-вторых, разработка и внедрение в жизнь системы актов нормативно-правового регулирования инновационных процессов, направленных на стимулирование инновационной восприимчивости и адресную поддержку проявляющих ее субъектов хозяйствования; в-третьих, систематизация и совершенствование механизма государственного регулирования инновационной восприимчивости на различных уровнях национальной экономики; в-четвертых, вовлечение общественности в процессы формирования инновационной восприимчивости посредством научно-технической пропаганды, общественных слушаний и научно-практических конференций, симпозиумов и др.

Органы управления в формировании инновационной восприимчивости могут взять на себя следующие функции:

- активная пропаганда и популяризация идей инновационной восприимчивости экономики в средствах массовой информации;
- поддержка и поощрение публичных мероприятий, связанных с усилением инновационной восприимчивости в национальной экономике (выставки, презентации, конференции и семинары);
- формирование и поддержание высокого общественного статуса для субъектов хозяйствования, осуществляющих инвестиции в инновационные проекты, проявляющих высокую степень инновационной восприимчивости, через присуждение премий, медалей, наград и поощрений;
- снижение налоговой нагрузки для инновационно ориентированных и инновационно восприимчивых субъектов экономики;
- достижение приоритетности в финансировании инновационных проектов по развитию научно-образовательной инфраструктуры.

Ориентация человека в трансформирующемся мире требует от него восприимчивости к изменениям, происходящим в системе экономических и технико-технологических отношений. Инновационный путь развития придает решающее значение восприятию и человеческому капиталу, позволяющему побеждать в конкурентной борьбе за освоение новейших достижений науки и техники. Не быть побежденным в ней возможно лишь постоянно пополняя имеющийся багаж знаний. Слова Наполеона: «Искусство ведения войны – это наука, в которой удается то, что было рассчитано и продумано» [17, с. 247]. Все нововведения (инновации) – это человеческая мысль, воплощенная в некоторый продукт при помощи идей, знаний и изобретений, которые впоследствии внедрены в производство, дающее экономический, социальный, технический и др. эффект. Следовательно, все изменения изначально ориентированы и рассчитаны на улучшение имеющегося. Понять окружающий мир в его настоящем, прошлом и будущем можно лишь восприняв его, постоянно пополняя знания, необходимые для преобразования себя и реализации своих интересов.

Высокого места в системе межстрановых сопоставлений невозможно достичь вне реализации инновационной восприимчивости экономики. В этой связи государственная поддержка должна быть нацелена не только на создание и освоение высоких технологий и увеличение доли инновационных товаров в их общем выпуске, но она должна содействовать и развитию человеческого капитала, ее следует нацелить на развитие научно-образовательной инфраструктуры. Очевидно, что «...важное значение имеет не просто стремление к получению образования как можно большим числом населения страны, а стимулирование постоянного повышения квалификации в течение всего трудоспособного возраста. Причем существенная государственная поддержка системы образования необходима на всех ее уровнях...» [18, с. 101]. Улучшить конкурентоспособность выпускаемой продукции, увеличить ее востребованность на рынке возможно лишь опираясь на творческое исполнение своих обязанностей высококвалифицированными работниками.

В целом несомненно то, что инновационная восприимчивость – это процесс, который активизирует источники развития человеческого капитала, способствует его накоплению и эффективному использованию. В свою очередь накопление человеческого капитала создает дополнительные возможности адаптироваться к изменяющимся требованиям инновационного развития экономики. Индивид проявляет большую активность в формировании спроса и наиболее полного удовлетворения потребностей, определяющих его интересы и соответствующие действия в различных сферах экономической деятельности, в том числе и предпринимательской, приносящей ему определенный доход.

Заключение. С достаточной долей уверенности можно констатировать, что инновационная восприимчивость является двигателем развития экономики, а человеческий капитал – это средство, «орудие», с помощью которого можно достигнуть перехода на качественно новую ступень экономического развития. Формирование инновационной восприимчивости экономики предполагает процесс достижения принципиально новой системы отношений между образованием, наукой, производством и обществом, с помощью которой возможно изменение деловой атмосферы в экономике, создание организационно-экономических механизмов, нацеленных на скорейшее достижение экономического роста за счет внедрения инноваций в производственный процесс.

ЛИТЕРАТУРА

1. Величковский, Б.М. Психологический лексикон. Энциклопедический словарь: в 6-ти т. / Б.М. Величковский; ред.-сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.В. Петровского. – М.: ПЕР СЭ, 2005.
2. Папковская, П.Я. Методология научных исследований: курс лекций / П.Я. Папковская. – 3-е изд., стереотипное. – Минск: ООО «Информпресс», 2007.
3. Барабанщиков, В.А. Восприятие и событие / В.А. Барабанщиков. – СПб.: Алетейя, 2002. – 512 с.
4. Розенталь, Д.Э. Современный русский язык: учеб. пособие / Д.Э. Розенталь. – М.: Высш. шк., 1991. – 559 с.
5. Друкер, П.Ф. Бизнес и инновации / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2009. – 432 с.
6. Волюнкина, М.В. Правовое регулирование инновационной деятельности: проблемы теории / М.В. Волюнкина. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 274 с.
7. Завлин, П.Н. Инновационный менеджмент: справ. пособие / П.Н. Завлин, А.Е. Казанцев, Л.Э. Миндели. – СПб.: Наука, 2003. – 568 с.
8. Куфтырев, И.Г. Инновационная экономика: сущность и проблемы формирования: дис. ... канд. экон. наук / И.Г. Куфтырев. – Н. Новгород, 2004. – 154 л.
9. Санто, Б. Парадигма глобализации / Б. Санто // Белорус. экон. журнал. – 2002. – № 3. – С. 15 – 29.
10. Лурье, Е.А. Территории инновационного развития: опыт регионов / Е.А. Лурье // Инновации. – 2009. – № 02(124). – февраль. – С. 41.
11. Доклад о развитии человека 2009. Преодоление барьеров: человеческая мобильность и развитие: пер. с англ.; ПРООН. – М.: Изд-во «Весь мир», 2009. – 232 с.
12. Swedish Universities and University Colleges. Short Version of Annual Report 2005. Stockholm: Mälardalen University College Print Intellecta, 2005.
13. Сидорский, С.С. Государственная программа и механизмы инновационного развития Республики Беларусь / С.С. Сидорский // Проблемы управления. – 2007. – № 1. – С. 1 – 14.
14. Егорова, М.В. Состояние и развитие инновационной восприимчивости экономики региона (на примере Республики Татарстан): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.04 / М.В. Егорова; Казанс. гос. техн. ун-т. – Казань, 1999. – 21 с.
15. Друкер, П.Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – М.: ООО «Издат. Дом Вильямс», 2007. – 336 с.
16. Станюленис, О.О. Основы менеджмента: курс лекций / О.О. Станюленис [Электронный ресурс]; Ин-т технол. металлов НАН Беларуси. – Могилев, 2008. – Режим доступа: <http://innovation-mogilev.by/data/pages/4.7/003.doc/>. – Дата доступа: 05.03.2010.
17. Дейл Карнеги. – Екатеринбург: Изд-во «ЛИТУР», 2000. – 720 с.
18. Бондарь, А.В. Человеческий капитал: содержание, методология исследования и условия развития / А.В. Бондарь, И.В. Корнеев // Белорус. экон. журнал. – 2008. – № 3. – С. 101.

Поступила 07.04.2011

INNOVATIVE RECEPTIVITY OF BELORUSSIAN ECONOMY

T. DANILCHENKO

The meaning and role of innovation receptivity in the development of the Belarusian economy is considered in the article. Some concepts and approaches to the economic content of the innovation receptivity category are analyzed. The author gives an interpretation of "innovation receptivity" in terms of human capital and shows internal interconnection and interdependence between these concepts. A model of innovation receptivity of the economy is proposed. The model reflects infrastructural aspects of an innovative type of development at the individual, firm and national economies levels. Stabilizing, structural and activating factors, which ensure the successful establishment of national innovation economy receptivity through effective human capital development, are identified and justified. The author proposes and justifies some institutional and economic activities which will promote domestic enterprises innovation receptivity and provide stability and sustained of economic growth.