

**Факторы, влияющие на инновационное развитие
свободных экономических зон**

Соболенко И.А.

Белорусский национальный технический университет

Устойчивое развитие и конкурентоспособность национальных СЭЗ предусматривает проведение эффективной инновационной и инвестиционной политики. Инновационное развитие возможно только в результате кардинального переоснащения имеющихся производств и внедрения новых передовых технологий. Предприятия-резиденты белорусских СЭЗ, как и все хозяйственные субъекты национальной экономики стремятся следовать стратегической цели инновационной политики – формированию конкурентной экономики. Однако, существует ряд факторов, сдерживающих инновационное развитие свободных экономических зон. Эти факторы можно подразделить на три основные группы: управленческие, производственные и рыночные.

К управленческим факторам относят: отсутствие в системе стратегического менеджмента предприятиями-резидентами СЭЗ блоков, осуществляющих мониторинг инновационных процессов; упрощенные системы управления рисками или их отсутствие, отсутствие гибкости в управлении производством; некомпетентность знаний в области конъюнктуры рынка и возможностей производства инновационной продукции в условиях импортозамещения; отсутствие знаний у управленческого персонала СЭЗ для работы в кризисных условиях.

Производственные факторы включают в себя: наличие физически и морально устаревших основных фондов, низкая производительность труда на некоторых предприятиях-резидентах СЭЗ, отсутствие отлаженной системы бенчмаркинга при сравнении с зарубежными аналогами, высокие затраты ресурсов на единицу продукции, отсутствие на предприятиях-резидентах СЭЗ энерго- и материалоемких технологий.

Рыночные факторы, сдерживающие инновационное развитие хозяйствующих субъектов СЭЗ, следующие: низкая конкурентоспособность продукции и услуг резидентов СЭЗ на мировом рынке; нестабильные партнерские отношения между администрациями СЭЗ и иностранными инвесторами; неспособность обеспечить запланированный объем выпуска инновационной продукции; отсутствие рационального выбора рыночной ниши для продвижения инновационной продукции, вследствие некачественного маркетинга, и отсутствие качественной системы продвижения товаров.