

УДК 330.722 (476)

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АКТУАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ СМАРТ- БИЗНЕСА**

Жудро М. К., д. э. н., профессор  
Белорусский государственный экономический университет  
г. Минск, Республика Беларусь

В ходе выполненных исследований установлено, что, в республике в рамках сформулированной Государственной программы инновационного развития Беларуси на 2016–2020 годы реализуется концепция активного инновационно-инвестиционного конкурентоспособного функционирования предприятий. Практическое применение указанной концепции базируется преимущественно на разработке менеджерами эффективных управленческих решений целью достижения максимальной добавленной стоимости в условиях роста конкуренции и глобализации мирового рынка.

В этой связи следует констатировать, что, несмотря на значительные расходы бюджета на развитие реального сектора экономики Беларуси в последние годы не наблюдается тренд устойчивого финансово-экономического его роста. Это, прежде всего, касается сохранения в последние годы процессов стагнация финансового состояния экономики многих организаций, которые обусловлены главным образом имеющимися диспропорциями между вовлекаемыми в производство ресурсами и результатами их использования в бизнесе. И, как следствие, правительство Беларуси в настоящее время сталкивается с экономическими проблемами эффективного государственного управления реальным сектором экономики, которые сдерживают формирование привлекательного инвестиционного и социально-экономического климата для высокотехнологичных иностранных инвесторов, покупателей национальных товаров и услуг, а также создание устойчивых предпосылок для инвестиционной и финансовой самодостаточности белорусских компаний.

Это обусловлено тем, что в актуальной научной и эмпирической практике доминируют инструменты формирования профессиональных экономических компетенций в условиях традиционного функционирования экономики компании, базирующиеся на использова-

ниисуществующей парадигмы «эффективная экономика», основанной на теории пропорциональности взаимодействия ресурсов и исключительности экономического обоснования и принятия управленческих решений инвесторами, предпринимателями, менеджерами и специалистами предприятий. Такого рода институциональное конструирование не учитывает альтернативное состояние развития бизнес-процессов в рамках электронной экономики, которая формирует новый вызов дизайна формирования профессиональных экономических компетенций.

Поэтому с целью преодоления инвестиционной и финансово-экономической стагнации в реальном секторе Республики Беларусь необходимо подвергнуть трансформации сформулированную и реализуемую в настоящее время концепции дальнейшего наращивания объемов производства продукции и повышения социально-экономической эффективности функционирования национальной экономики на основе использования традиционных стратегий, методик, алгоритмов, инструментов и индикаторов, связанных с результатами деятельности предприятий.

Выполненные аналитические, экспериментальные исследования позволили установить, что фундаментальным трендом современного развития всех без исключения конкурентоспособных предприятий выступают маркетинговые стратегии развития смарт-бизнеса. В целях устранения этого пробела необходимо сосредоточить научные исследования на методологических проблемах институционального форматирования смарт-экономики, базирующейся на приоритетном использовании маркетинговых стратегий развития смарт-бизнеса. В этой связи ключевой задачей выступает разработка концепций, парадигм, мнемоники, инструментов, специальных приемов и способов, обеспечивающих формирование адекватных профессиональных компетенций ведения эффективного смарт-бизнеса в условиях электронной экономики посредством интерфейса «интернет вещей» (Internet of Things - (IoT). Прежде всего, это касается развития таких интеллектуальных социально-экономических систем как: интеллектуальные бизнес-сети, умные бизнес-процессы, компании, города, умные дома, а также умное институциональное мега-, макро- и микроокружение бизнеса.