

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Колесная И.Н.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь*

Антипенко Н.А. – к.э.н., доцент

Активный переход мирового сообщества к инновационному типу экономики, при котором основная доля валового внутреннего продукта обеспечивается производством и реализацией наукоемкой продукции, обуславливает появление интереса к обеспечению устойчивого развития государства, регионов и предприятий за счет внедрения инноваций.

Устойчивое развитие – это процесс перемен, при котором использование ресурсов, инвестиций, ориентация научного развития и институциональных изменений взаимно согласованны и устанавливают текущий и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и желаний. То есть, обеспечить, прежде всего, качество жизни и природного капитала, который не выжил со временем – из поколения в поколение. [1]

Инновации в устойчивом развитии компании рассматривают как органическую совокупность результатов, процессов и эффектов, связанных с созданием и распространением новшеств в различных сферах жизнедеятельности человека, способствующих повышению социально-экономической эффективности и формированию системы устойчивого развития общества.

Устойчивость и инновации стали востребованы на многих рынках для экономической деятельности компании. Комплексный подход к проблемам экономического роста предполагает

изучение социальной, экономической и экологической сфер как основных звеньев устойчивого развития национальной экономики. Поэтому, рассмотрение социальных и экологических аспектов является незаменимым с учётом осведомленности общественности и потребителей. Кроме того, компании должны всё чаще внедрять инновационные и нетрадиционные способы в деятельности компании, чтобы обеспечить успех своих услуг в условиях текущей рыночной экономики. [2]

В настоящее время общественность и потребители заинтересованы в социальных и экологических проблемах. Исходя из этого, не только в отраслях, где актуальность вопросов устойчивости очевидна для общественности и потребителей (например, в автомобильной промышленности), компаниям предлагается рассмотреть их. Скорее, социальные и экологические факторы стали центральным элементом корпоративной политики в большинстве отраслей.

Важно также отметить, что стратегия устойчивого развития компании отражается в ее маркетинговой деятельности. В частности, именно тогда маркетинговая коммуникация позволяет достичь желаемого позиционирования устойчивости в восприятии общественности и потребителей посредством адекватных и последовательных мер. [3]

Под устойчивым развитием компаний в условиях инновационной экономики будем понимать особое состояние экономической системы в данный момент и при определенных условиях, в ходе которых достигается высокий экономический уровень развития компании, обеспечивается социальная безопасность персонала, защита окружающей среды и соблюдение применимого законодательства.

Подводя итог, можно сделать следующий вывод, что для достижения устойчивого развития компаний в условиях инновационной экономики необходимо учитывать экономический, социальный и экологический факторы. Для компаний важно справляться с такими проблемами, как тенденции насыщения рынка, перегрузка информации и рост скептицизма потребителей. В этом контексте нужно всё чаще разрабатывать и внедрять инновационные решения для достижения желаемой устойчивости,

Список использованных источников:

1. Шилова Е.В. Инновации как фактор обеспечения устойчивого развития социально-экономических систем // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» – Perm University Herald. Economy. 2015. № 2(25). С. 23–30.
2. Телешевска С. Методы оценки устойчивого развития промышленных предприятий //Украина, 2016. С. –2.
3. Tomczak, T. Innovatives und nachhaltiges Marketing / T. Tomczak. – Marketing Review St. Gallen : Editorial, 5 / 2018. – 1 р.