

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РЕГИОНА

М.В. Палкина

ГОУ ВПО «Вятский государственный университет», г. Киров

Ключевые слова и фразы: инновационная стратегия предприятия; инновационная стратегия региона; региональная инновационная система.

Аннотация: Представлено исследование существующих в научной литературе подходов к определению понятия инновационной стратегии региона. Проанализированы подходы различных авторов к классификации инновационных стратегий региона. Предложено авторское содержание инновационной стратегии региона.

Понятие стратегического управления было введено в научный оборот на стыке 60–70-х годов XX века для того, чтобы обозначить разницу между текущим управлением и управлением, осуществляемым в расчете на долговременную перспективу и реализацию стратегических задач развития предприятий в рыночной высококонкурентной среде. Необходимость такого качественного «скачка функционирования систем управления» была вызвана, в первую очередь, изменениями в условиях ведения бизнеса. Ведущей идеей, отражающей сущность перехода от оперативного управления к стратегическому, явилась идея необходимости переноса предприятиями центра внимания на внешнее окружение, для того, чтобы соответствующим образом и своевременно реагировать на происходящие в нем изменения.

Безусловно, проводить прямую аналогию между регионом и предприятием сложно, но исследование подходов к раскрытию содержания и определению понятия стратегии предприятия для разработки определения понятия инновационной стратегии региона необходимо.

В трактовке понятия «стратегия» к настоящему времени сложилось несколько подходов, с разных позиций характеризующих эту категорию, известную еще с античных времен. Исторически понятие «стратегия» вышло из военной сферы деятельности и означало искусство управления войсками. В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова стратегия определяется как: «1. Наука о ведении войны, искусство ведения войны. 2. Общий план ведения войны, боевых операций. 3. Искусство руководства общественной, политической борьбой, а также вообще искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах» [9]. В дальнейшем термин «стратегия» распространился и на другие сферы общественной жизни.

В словаре иностранных языков стратегия – это: «1) составная часть военного искусства, охватывает вопросы теории и практики подготовки вооруженных сил к войне и ее ведения; 2) искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах».

Определение стратегии через ее идентификацию с планом или его отдельными элементами получило в научной литературе наибольшее распространение. Так, Э.А. Уткин трактует стратегию как «детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить существование миссии объекта и достижение его целей» [21]. Похожая позиция и у Р.А. Фатхутдинова, который под стратегией понимает «программу, план, генеральный курс субъекта управления по достижению им стратегических целей в любой области деятельности» [23]. Стратегию как «интегрированный, унифицированный и понятный план действий для достижения цели» в своей работе определяет И.Г. Альтшулер [1]. Аналогично этому звучит

определение стратегии в Современном экономическом словаре: «долговременные, наиболее принципиальные, важные установки, планы, намерения правительства, администрации регионов, руководства предприятий в отношении производства, доходов и расходов бюджета, налогов, капиталовложений, цен, социальной защиты».

Ряд авторов рассматривают стратегию как способ достижения поставленных целей. В частности один из авторитетных специалистов в области стратегического управления И. Ансофф трактует стратегию как постановку целей и определение способов их достижения [2].

Аналогичную точку зрения высказывают А.А. Томпсон и А.Дж. Стрикленд: «стратегия компании – это комбинация методов конкуренции и организации бизнеса, нацеленная на удовлетворение клиентов и достижение организационных целей» [19].

Похожее определение высказывает коллектив авторов по главе с В.Н. Парахиным: «стратегия представляет собой общее направление, способ управления, набор правил и принципов, руководствуясь которыми обеспечивают достижение устойчивых конкурентных позиций и других главных целей фирмы, исходя из ее реальных возможностей, определяемых с помощью глубокого анализа прошлых результатов деятельности, внешней среды и сложившихся отношений с конкурентами и поставщиками, а также на основе прогноза их изменения в будущем» [17].

В том же ключе звучит определение В.И. Ляско, гласящее, что стратегия фирмы – есть «совокупность ее главных целей и основных способов их достижения». Разработать стратегию, по мнению автора, значит определить основные направления деятельности фирмы [18].

«Стратегию можно рассматривать как основное связующее звено между тем, что организация хочет достичь – ее целями и линией поведения, выбранной для достижения этих целей» [5]. Понятие стратегии, данное в книге «Семь нот менеджмента», говорит о стратегии как «эффективной деловой концепции (концепция бизнеса), дополненной набором реальных действий, который способен привести эту деловую концепцию к достижению реального конкурентного преимущества, способного сохраняться длительное время [16].

Некоторые авторы рассматривают стратегию как совокупность правил поведения предприятия. Так, в работе А.П. Панкрухина стратегия определяется как «комплекс принципов деятельности организации и ее отношений с внешней и внутренней средой, перспективных целей организации, а также соответствующих решений по выбору инструментов достижения этих целей». Указывается, что стратегия проявляется в конкурентной позиции, структуре организации, ее системе ценностей, особенностях мотивации и т.д. [11].

Ряд авторов, формулируя понятия стратегии, объединяют все перечисленные выше характеристики. В частности, Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал в работе «Школы стратегий» [8] формируют понятие стратегии через так называемую комбинацию пяти «П»: 1) стратегия – план действий; 2) стратегия – прикрытие, т.е. действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих противников; 3) стратегия – порядок действий, т.е. план может быть нереализуем, но порядок действий должен быть обеспечен в любом случае; 4) стратегия – позиция в окружающей среде, т.е. связь со своим окружением; 5) стратегия – перспектива, т.е. видение того состояния, к которому надо стремиться.

В работе Г.М. Самостроенко [15] отмечается, что стратегия в широком смысле представляет собой синтез следующих определений, затрагивающих аспекты формирования и реализации стратегии: 1) план, ориентир или направления развития; 2) принцип поведения или модель поведения; 3) уникальная и ценная позиция на рынке; 4) перспектива или основной способ действия организации; 5) особые приемы и маневры для достижения цели.

«Стратегия должна стать «нитью времени», связующей прошлое и будущее, одновременно обозначившей путь к развитию» [7].

Питер Друкер в работе «Задачи менеджмента в XXI веке» пишет: «Стратегия есть способ реализации теории бизнеса в практической деятельности» [13].

Итак, в различных определениях стратегия трактуется как: определение целей и способов их достижения; план; набор принципов для принятия решений; линия поведения предприятия. Надо отметить, что рассмотренные подходы не противоречат друг другу, а отражают различные стороны стратегии, в связи с чем, применение всех перечисленных выше подходов позволяет

получить наиболее полное понимание сущности и содержания как стратегии, в общем, так и инновационной стратегии, в частности.

В современных условиях значительную долю сил и средств предприятия посвящают выработке инновационной стратегии. Инновационная стратегия предприятия должна определять цели, способы их достижения, принципы поведения предприятия, а также план конкретных действий по осуществлению инновационной деятельности, результатом которой должно стать получение нового или усовершенствованного продукта; нового или усовершенствованного технологического процесса.

В научной литературе достаточно широко представлены подходы к определению сущности и классификации инновационных стратегий предприятий [6; 7; 10; 12; 20; 24].

Наиболее часто инновационные стратегии делят на наступательные и оборонительные.

Наступательные стратегии заключаются в занятии лидирующего положения на рынке и основываются на программах, связанных с новыми продуктами и технологическими процессами. Большинство авторов выделяют следующие стратегии наступательного характера: остронаступательная; умеренно наступательная; создания нового рынка. Остронаступательная стратегия характеризуется стремлением быть первым при внедрении нововведения на рынке. Реализация остронаступательной стратегии проявляется в концентрации значительных ресурсов на разработке инновационного продукта с целью раннего вывода его на рынок. Умеренно наступательная стратегия направлена на занятие второго места в группе лидеров. При такой стратегии инновационный продукт на рынок выводится только после того, как он прошел апробацию у конкурентов. Стратегия создания нового рынка предполагает выход на рынок с продуктом, который никто не производит. Данная стратегия имеет некоторую общность с остронаступательной стратегией, но отличается от нее тем, что создание предприятием инновационного продукта и рынка предполагает отсутствие конкуренции.

Оборонительные стратегии предполагают, что деятельность предприятия базируется на освоенных продуктах и заключается в их совершенствовании. К стратегиям оборонительного характера относят: оборонительную; зависимую; оппортунистическую; традиционную; остаточную; промежуточную. Оборонительная стратегия направлена на недопущение отставания предприятия в техническом развитии. Зависимая стратегия предполагает ориентацию на разработки и технологии крупных корпораций, имеющих связь с деятельностью предприятия. Обновление ассортимента за счет выпуска продукции, не требующей значительных затрат на научно-исследовательские работы, лежит в основе оппортунистической стратегии. Традиционная стратегия заключается в реализации инноваций по повышению качества традиционных (существующих) товаров. Стремление остаться на рынке со старым продуктом характеризует остаточную стратегию. Поиск незанятой ниши, избежание прямой конфронтации с конкурентами лежит в основе промежуточной стратегии предприятия.

Традиционно инновационная стратегия любого предприятия определяется двумя основными факторами: технологическим уровнем и его рыночной позицией [24]. На основе этих двух факторов может быть сформирован классификатор инновационных стратегий, позволяющий предприятию осуществлять стратегический выбор.

Переходя к раскрытию содержания и определению понятия инновационной стратегии региона надо отметить, что в последние десятилетия получили достаточно широкое распространение исследования, посвященные теоретико-методологическим основам формирования и реализации инновационной стратегии развития территориальных образований разного уровня. В то же время, понятие «инновационная стратегия региона» является относительно новым и еще не имеет однозначного научного определения.

В научной литературе, посвященной проблемам регионального развития, даются следующие формулировки инновационной стратегии региона [4]: а) совокупность последовательных видов поведения, позволяющих территории с использованием инновационных решений позиционировать себя в окружающей среде (а изменения в стратегии должны рассматриваться как реакция на изменение внешних условий, т.е. речь идет о «реактивной» модели разработки стратегии); б) это научно-обоснованная траектория перспективного развития региона с реальными целями, конкретными задачами и действенными средствами их достижения. В данной трактовке стратегия должна определять идеологию

функционирования и развития каждой отдельной территории; в) стратегия должна представлять собой детальный комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии территории; г) стратегия инновационной деятельности должна предусматривать меры по повышению конкурентоспособности территории, перечень индикаторов и участников реализации стратегии и т.д.

Анализ законодательной и нормотворческой деятельности органов государственной власти Российской Федерации и органов государственной власти субъектов Российской Федерации в инновационной сфере показал, что ни в одном из документов не содержится точного определения понятия инновационной стратегии региона. Только в одном субъекте Российской Федерации – Приморском крае в законе № 195-КЗ «Об инновационной деятельности на территории Приморского края» закреплено понятие стратегии инновационного развития: «Система мер государственного управления, опирающихся на долгосрочные приоритеты, цели и задачи политики органов государственной власти Приморского края в сфере инновационной деятельности». Данная формулировка стратегии полностью повторяет определение стратегии социально-экономического развития субъекта РФ, рекомендованное в «Требованиях к стратегии социально-экономического развития субъекта РФ», утвержденных приказом № 14 от 27.02.2007 г. Министра регионального развития РФ. В этом документе стратегию социально-экономического развития субъекта Российской Федерации рекомендуется определять как «систему мер государственного управления, опирающихся на долгосрочные приоритеты, цели и задачи политики органов государственной власти».

В «Требованиях к стратегии социально-экономического развития субъекта РФ» также говорится о том, что стратегия должна учитывать государственную политику Российской Федерации. Целями разработки такой стратегии являются: 1) определение приоритетных направлений и целей развития субъекта Российской Федерации на долгосрочную перспективу (не менее 20 лет); 2) оценка потенциала социально-экономического развития субъекта Российской Федерации; 3) взаимоувязка краткосрочной политики и долгосрочных стратегических приоритетов развития субъекта Российской Федерации; 4) обеспечение совместных действий и поиск предметов партнерства государственных органов исполнительной власти, представителей коммерческих и некоммерческих организаций, в том числе общественных; 5) обеспечение согласованности действий федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации. В стратегии рекомендуется отражать существующее состояние, основные проблемы, сценарии и приоритетные направления развития субъекта Российской Федерации как социально-экономической единицы, объединяемой территорией и административными структурами управления. Стратегия региона должна согласовываться со стратегиями развития отраслей Российской Федерации и стратегическими документами соседних субъектов Российской Федерации. Все это в полной мере может быть отнесено и к инновационной стратегии региона.

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно сказать, что инновационная стратегия региона должна:

- устанавливать приоритеты развития инновационной деятельности в регионе;
- определять план конкретных действий по государственному управлению развитием инновационной деятельности в регионе;
- учитывать инновационную стратегию Российской Федерации;
- согласовываться со стратегиями развития отраслей Российской Федерации;
- согласовываться с инновационными стратегиями соседних субъектов Российской Федерации;
- согласовываться с инновационными стратегиями субъектов инновационной системы региона, осуществляющих инновационную деятельность.

Целями разработки инновационной стратегии региона являются:

- выработка единой позиции и общего понимания всеми субъектами региональной инновационной системы происходящих в инновационной сфере региона изменений;
- определение степени и формы участия региональных органов государственной власти в развитии инновационной сферы региона;

- определение приоритетных направлений развития инновационной деятельности в регионе, обеспечивающих рост конкурентоспособности и потенциала региона;
- консолидация усилий и потенциала всех субъектов региональной инновационной системы на реализации выбранных приоритетов развития инновационной деятельности в регионе;
- установление «правил игры» для совместной работы субъектов региональной инновационной системы;
- создание и развитие имиджа привлекательного для инвестиций региона.

Поскольку инновационная стратегия региона заключается в формировании приоритетных направлений развития инновационной деятельности в регионе, то только на основе принятой стратегии можно разрабатывать региональную инновационную политику и инновационные программы, обеспечивающие ее реализацию.

Отсутствие в регионе разработанной инновационной стратегии может привести к тому, что деятельность и проекты отдельных субъектов региональной инновационной системы будут носить разнонаправленный характер, приводить к возникновению противоречий, снижению инновационной активности и эффективности инновационной деятельности в регионе в целом.

В научной литературе на сегодняшний день накоплен определенный опыт типизации инновационных стратегий, но в большей степени национального уровня. Например, В.Н. Фридлянов выделяет следующие национальные стратегии развития инновационной деятельности [25]:

- стратегия «наращивания», которая основывается на использовании собственного научно-технического и производственно-технологического потенциала;
- стратегия «заимствования», которая состоит в том, что, используя инновационный потенциал собственной страны, осваивается выпуск наукоемкой продукции, производящейся в развитых индустриальных странах;
- стратегия «переноса», которая заключается в использовании имеющегося зарубежного научно-технического и производственно-технологического потенциала в экономике страны путем привлечения прямых инвестиций, закупки лицензий на высокоэффективные технологии для освоения производства продукции новых поколений.

В [22] приводится более полный перечень возможных инновационных стратегий национального уровня:

- по степени вмешательства государства в инновационный процесс: активного вмешательства, децентрализованного регулирования, смешанная стратегия;
- по объекту стимулирования: ориентированная на лидерство в науке, ориентированная на распространение нововведений, стимулирующая нововведения;
- по стадиям национальной конкурентоспособности, на которой находится государство: стратегия «переноса», стратегия «заимствования», стратегия «наращивания»;
- по стадиям инновационного процесса, осуществляемым в пределах национальных границ: стратегия «ориентации на внутренний спрос», стратегия «ориентации на внешний спрос», стратегия «продуктайзинга».

Интересна точка зрения А.В. Ревазова [14], который при классификации инновационных стратегий региона проводит аналогию с рассмотренной ранее классификацией инновационных стратегий предприятий. Автор выделяет следующие виды типовых товарно-технологических стратегий региональной инновационной системы:

- поддерживающая стратегия, при которой инновационная деятельность субъектов региональной инновационной системы ведется с целью сохранения существующего уровня экономического и технико-технологического развития;
- традиционная стратегия, при которой основное внимание субъектов региональной инновационной системы направлено на повышение качества выпускаемых товаров и расширение потребительского спроса на них;
- «монотоварная» стратегия, когда региональная инновационная система выпускает такой товар, который не требует слишком больших затрат на исследования и разработки, но с которым она в течение определенного времени сможет единолично присутствовать на рынке;

- зависимая стратегия, когда в регион передаются (в определенной форме) отдельные товары и технологии (например «отверточное» производство, «грязное» производство и т.п.);
- имитационная стратегия, которая осуществляется на основе приобретения новых технологий, например, путем закупки лицензий;
- наступательная стратегия, когда региональная инновационная система имеет целью быть первой на рынке;
- стратегия «перегнать, не догоняя», которая означает особую форму ориентации региональной экономики на выпуск таких товаров и разработку таких технологий, по которым данная региональная инновационная система имеет существенные заделы и может в короткий срок с наименьшими затратами выйти на рынок, обеспечив себе конкурентное преимущество на длительную перспективу.

В другой работе [6] классификация региональных инновационных стратегий включает:

1. Мезорегиональные стратегии:

- самообеспечения (ориентация на снижение зависимости региона от ввоза продукции и интеллектуальных услуг из других регионов);
- мобилизационная (стремление обеспечить развитие за счет мобилизации собственных интеллектуальных, производственных и сырьевых ресурсов);
- привлечения внешних ресурсов (стремление обеспечить собственное развитие за счет привлечения интеллектуальных и прочих ресурсов);
- реализации исключительных возможностей (стремление обеспечить развитие за счет имеющихся в регионе исключительных ресурсов, особенностей развития его производственной и научной базы, географического положения и т.д.);
- интеллектуальной кооперации (попытка повышения инновационного уровня посредством осуществления совместных проектов с другими регионами);
- технологической ниши (концентрация усилий по разработке и производству особенных технологий и продуктов);
- интеллектуального и технологического лидерства (стремление превратить регион в экспортера интеллектуальных продуктов и технологий).

2. Государственные стратегии развития территорий:

- выборочного приоритетного развития (концентрация государственных ресурсов в отдельных приоритетных регионах, имеющих исторически высокий уровень развития);
- равномерного развития (выравнивание уровней развития посредством направления более значительных ресурсов в слаборазвитые регионы);
- пропорционального распределения ресурсов (распределение ресурсов пропорционально избранному параметру).

3. Региональный аспект макростратегии:

- локализации (стремление реализовать макроинновационную стратегию с использованием потенциала ограниченного числа высокоразвитых регионов);
- концентрации (стремление реализовать макроинновационную стратегию за счет привлечения и развития потенциала максимально возможного числа регионов).

Изучение и анализ классификаций национальных и региональных инновационных стратегий, имеющих в научной литературе, показали их разнообразие и отсутствие единого подхода к типизации.

На наш взгляд, вследствие того, что инновационная стратегия предполагает рост потенциала и конкурентоспособности региона за счет осуществления инноваций в региональную промышленность, ее основу будет определять степень новизны (как научно-технической, так и рыночной) приоритетных для развития в регионе инноваций. По степени новизны выделяют следующие виды инноваций: базисные, улучшающие, псевдоинновации [3].

Тогда инновационную стратегию региона можно классифицировать по степени новизны приоритетных для развития в регионе инноваций следующим образом:

- стратегия инновационного лидерства;
- стратегия инновационной стабильности;
- стратегия инновационного аутсайдерства.

Стратегия инновационного лидерства предполагает развитие в регионе инновационной деятельности, обеспечивающей преимущественно реализацию базисных инноваций и ориентирована на активизацию и поддержку процессов по освоению предприятиями принципиально новых продуктов или услуг, технологий новых поколений.

Для реализации данного вида стратегии инновационные процессы, протекающие в региональной инновационной системе, должны обеспечивать получение новых научных знаний и путей их практического применения в производстве, используя научно-технический и инновационный потенциал региона, и включать следующие этапы: фундаментальные исследования; прикладные исследования; опытно-конструкторские работы; внедрение результатов в производство; реализация инноваций на рынке.

Степень участия региональных органов государственной власти в развитии инновационной сферы при такой стратегии высока и предполагает значительное финансирование фундаментальных и прикладных исследований, а также опытно-конструкторских работ за счет средств бюджета.

В портфеле приоритетных для развития в регионе отраслей преобладают отрасли, находящиеся на стадии зарождения и роста. Вследствие того, что развивающиеся отрасли возникают на основе новых, ранее не существовавших и не использовавшихся технологий, эти отрасли по природе своей являются инновационными и конкурентные преимущества в них достигаются за счет базисных инноваций.

В основе стратегии инновационной стабильности лежит развитие в регионе инновационной деятельности, обеспечивающей реализацию улучшающих инноваций. Стратегия ориентирована на активизацию и поддержку процессов по совершенствованию производимых предприятиями региона продуктов и используемых технологий, и ее реализация сопряжена, в большей степени, с опытно-конструкторскими разработками и, в меньшей степени, с фундаментальными и прикладными исследованиями. Инновационные процессы, протекающие в региональной инновационной системе, должны обеспечивать получение прикладных научных результатов и их применение для создания новых или совершенствования существующих продукции и технологий (прикладные исследования → опытно-конструкторские работы → внедрение результатов в производство → реализация инноваций на рынке).

Степень участия региональных органов государственной власти в развитии инновационной сферы при такой стратегии средняя и предполагает значительно меньшее финансирование из средств бюджета научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

В портфеле приоритетных для развития в регионе отраслей преобладают традиционные зрелые отрасли. Вследствие стабильности и известности потребителей, продуктов и технологий, в зрелых отраслях находить новые продукты и технологии достаточно сложно. Поэтому предприятия в своей деятельности в большей степени ориентируются на улучшающие инновации и псевдоинновации.

В случае стратегии инновационного аутсайдерства инновационная деятельность, в рамках которой реализуются псевдоинновации, ориентирована на внесение предприятиями незначительных изменений в продукты или технологии, например, под воздействием краткосрочных колебаний потребительских предпочтений. При такой стратегии региональная инновационная система характеризуется почти полным отсутствием как фундаментальной, так и прикладной науки. Степень участия региональных органов государственной власти в инновационной сфере чрезвычайно низка. В бюджете региона не предусматриваются расходы по финансированию научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Инновационные процессы в регионе направлены на копирование продуктов и технологий и включают следующие этапы: опытно-конструкторские работы; внедрение результатов в производство; реализация инноваций на рынке.

В региональном отраслевом портфеле при такой стратегии, как правило, преобладают стагнирующие и зрелые традиционные отрасли, так как именно в стагнирующих отраслях деятельность предприятий ориентирована на внесение незначительных изменений в имеющиеся продукты или технологии, с перспективой сокращения деятельности и полного выхода из данной отрасли.

Инновационная стратегия региона формируется на основе учета совокупности факторов как экзогенного, так и эндогенного характера. Сложность разработки инновационной стратегии определяется поиском и оценкой стратегических альтернатив, позволяющих достигать поставленных целей социально-экономического и инновационного развития региона. Более того, вследствие изменения внешних условий и появления новых перспектив развития региона инновационная стратегия подлежит корректировке.

В ходе разработки инновационной стратегии помимо приоритетов развития инновационной деятельности необходимо определить состав, место и роль всех субъектов региональной инновационной системы, а также обосновать механизмы реализации стратегии в новой институциональной среде.

Список литературы

1. Альтшулер, И.Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации / И.Г. Альтшулер. – М. : Вершина, 2006. – 232 с.
2. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – С. 68–69.
3. Анчишкин, А.И. Наука – техника – экономика / А.И. Анчишкин. – М. : Экономика, 1986.
4. Бронштейн, С.Б. Инновационная стратегия развития сырьевых территорий при реструктуризации градообразующей отрасли : автореф. канд. дисс. : 08.00.05 / С.Б. Бронштейн. – Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2009. – 28 с.
5. Глинн, Дж. Стратегия бизнеса / Дж. Глинн, В. Маркова, Д. Перкинс. – Новосибирск : ИЭиОПП СО РАН, 1996. – С. 4.
6. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития : учеб. пособие / Под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. – 2-е изд., перераб., доп. – М. : Дело, 2006. – 584 с.
7. Клейнер, Г.Б. Предприятие в нестабильной среде: риски, стратегии, безопасность / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов ; под общ. ред. С.А. Панова. – М. : Экономика, 1997 – 288 с.
8. Минцберг, Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Дж. Куинн, С. Гошал. – СПб. : Питер, 2000.
9. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М. : АЗЪ, 1995. – 761 с.
10. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент : Курс лекций / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2006 – 288 с.
11. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий / А.П. Панкрухин. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
12. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент : учебник / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. – М. : КНОРУС, 2005 – 496 с.
13. Питер Ф. Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке ; Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. – 272 с.
14. Ревазов, А.В. Организационно – экономические основы формирования региональной инновационной системы : дис. ... к. э. н. : 08.00.05 / А.В. Ревазов. – М. : РАГС, 2004 – 126 с.
15. Самостроев, Г.М. Методология формирования стратегии развития региона на основе концепции интеграционного маркетинга : дис ... д. э. н. : 08.00.05 / Г.М. Самостроев. – М. : РГБ, 2003. – С. 245.
16. Семь нот менеджмента. – М. : ЗАО «Журнал «Эксперт», 1997. – С. 18.
17. Парахин, В.Н. Стратегический менеджмент : учебник / В.Н. Парахин, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. – М. : КНОРУС, 2005. – 496 с.
18. Стратегическое планирование развития предприятия : учеб. пособие для вузов / В.И. Ляско. – М. : Издательство «Экзамен», 2005 – 288 с.
19. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд ; Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
20. Бовин А.А. Управление инновациями в организации : учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации» / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2008. – 415 с.
21. Уткин, Э.А. Стратегическое планирование / Э.А. Уткин. – М. : ЭКСМОС, 1999. – С. 17.

22. Уразова, Н.Г. Разработка методического подхода к формированию механизма государственной поддержки инновационной деятельности и оценка ее эффективности : дис. ... к. э. н. : 08.00.05 / Н.Г. Уразова. – Иркутск : ИГТУ, 2006 – 176 с.
23. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – СПб. : Питер, 2008. – 368 с.
24. Философа, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика» / Т.Г. Философа, В.А. Быков ; под ред. Т.Г. Философой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 295 с.
25. Фридлянов, В.Н. Развитие промышленности России на основе национальной инновационной системы : дис. ... д. э. н. : 08.00.05 / В.Н. Фридлянов. – СПб. : СПбГУЭФ, 2003. – 266 с.
26. Яковец, Ю.В. Ускорение научно-технического прогресса: теория и экономический механизм / Ю.В. Яковец. – М. : Экономика, 1988 – 335 с.

Innovation Strategy of Region

M.V. Palkina

Vyatka State University, Kirov

Key words and phrases: innovation strategy of the company; innovation strategy of the region; regional innovation system; strategy.

Abstract: The paper presents the research in the existing approaches to the definition of innovation strategy of the region. The approaches of different authors to the classification of innovation strategies of the region are analyzed. The author's concept of the innovation strategy of the region is proposed.

© М.В. Палкина, 2009

