

ций заключаются в следующем: чаще всего рынок инноваций является новым и для продавца, и для покупателя; низкое влияние цены на спрос;

исключительная степень неопределенности результата (риска), вызванной непредсказуемостью реакции потребителей на инновационный продукт; достаточно узкий по сравнению с другими рынками.

Маркетинг наряду со сбытом непосредственно участвует в продвижении инновационного продукта, а также осуществляет непосредственный контроль над этим процессом, выполняя различного рода исследования, такие как:

- выявление потребительских запросов и предпочтений в инновационном продукте и прогноз его потребительских свойств;
- проведение комплексного изучения рынка и анализ сложившейся экономической конъюнктуры;
- оценка инновации с точки зрения производственных и финансовых возможностей предприятия;
- разработка маркетингового плана коммерциализации инновации;
- проведение мероприятий по внедрению разработанного плана;
- анализ эффективности проведенных мероприятий и выявление узких мест и коррекция маркетингового плана по мере необходимости.

Управление маркетингом – это координирование разнообразных его элементов, определение целей, которые должны быть достигнуты этими элементами, составление смет затрат, достаточных для реализации этих целей, разработка специальных программ (например, рекламных кампаний, презентаций, демонстраций), оценка работы и принятие корректирующих мер в случае, если результаты не согласуются с целями.

УДК 535.317

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ

Студентка гр. 11306114 Прикота Е. С.

Канд. экон. наук, доцент Гурина Е. В.

Белорусский национальный технический университет

Реальным инструментом повышения конкурентоспособности экономики и качества жизни населения стала реализация инновационных программ. Эффективная инновационная политика основана на активной роли государства, выступающего в качестве посредника между участниками инновационных процессов. Основным инструментом реализации государственной инновационной политики в РБ выступает Государственная программа инновационного развития (ГПИР).

В результате выполнения мероприятий Государственных программ инновационного развития за последние годы в РБ проведена значительная работа по формированию основных элементов НИС и ее институтов, созданы благоприятные стартовые условия и разработаны меры по стимулированию инновационной деятельности. Сформировано законодательство в сфере инновационной деятельности. Разработаны и приняты нормативные правовые акты, регулирующие научную, научно-техническую и инновационную деятельность. Законодательством в целом предусмотрены различные формы поддержки инновационной деятельности в виде налоговых и иных стимулирующих инструментов. Проведена работа по формированию и развитию инновационной инфраструктуры. Устойчиво растет количество резидентов технопарков. Основными направлениями деятельности резидентов технопарков являются такие направления как: приборостроение, машиностроение, электроника; оптика и лазерные технологии; энергетика и энергосбережение; информационные технологии, разработка программного обеспечения; медицина, фармацевтика, производство медицинского оборудования; био- и нанотехнологии.

Проблемными вопросами инновационного развития являются:

- 1) Низкий уровень инвестирования в инновационные проекты и отсутствие единого механизма координации и контроля за данным процессом.
- 2) Невысокая доля бюджетного финансирования науки.
- 3) Ряд научно-исследовательских и опытно-конструкторских работы оказываются недостаточно эффективными.

Подводя итог, нужно сказать, что базисом современного этапа инновационного развития должны стать не революционные изменения, а поэтапная реструктуризация и модернизация белорусской экономики, которая, приблизившись к передовому уровню технологического развития, должна стать основным потребителем прорывных инноваций.

УДК 621.9.06-027.3(476)

ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ В ОАО «МЗОР», КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫЯВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДИМОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Студент гр. 13ДКП-2 Кривицкая К. А.

Д-р экон. наук, профессор Нехорошева Л. Н.

Белорусский государственный экономический университет

Качество продукции относится к числу важнейших показателей деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы технического прогресса, реализация инноваций, рост эффективности производства, эконо-