

8. Корректировка Государственной программы в соответствии с фактическим объемом финансирования и перераспределение средств между приоритетными направлениями Государственной программы.

9. Проведение систематического мониторинга и оценки результатов реализации мероприятий подпрограмм Государственной программы.

10. Информационное обеспечение, изучение зарубежного опыта, обмен наилучшими практиками, приобретенными при реализации мероприятий, аналогичных включенным в Государственную программу.

11. Подготовка, переподготовка руководящих кадров, повышение квалификации специалистов, участвующих в реализации Государственной программы [3].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что в Республике Беларусь созданы все условия для внедрения «зеленой» политики. Принят ряд программ социально-экономического развития, направленных на обеспечение устойчивого роста экономики, повышение энергоэффективности производства, энергосбережение, внедрение элементов «зеленой» экономики, таких как применение возобновляемых источников энергии.

В Республике Беларусь на протяжении 30 лет проводится последовательная государственная политика в области энергосбережения. Посредством применения передового опыта, новых научно-технических разработок, оборудования, материалов в Республике Беларусь создана результативная система, которая позволила снизить энергоемкость.

### Литература

1. Что такое «зеленая» экономика? / Научная сфера // Журнал «Экономика Беларуси» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://belarus-economy.by/ru/science-ru/view/chto-takoe-zelenaja-ekonomika-460/>. - Дата доступа: 24.10.2022.

2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100103>. - Дата доступа: 24.10.2022.

УДК 338.23

**Иванова А. С.**, студентка

научный руководитель – **Гарчук И. М.**, к. э. н., доцент  
УО «Брестский государственный технический университет»,  
г. Брест, Республика Беларусь

### ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В настоящее время основными факторами современной конкуренции являются научно-технические достижения и инновации. К несомненным достоинствам последних, как фактора повышения эффективности и производительности производства продукции и услуг, можно отнести следующие:

– при переходе от статичной конкуренции к динамичной инновации обеспечивают уникальность конкурентных преимуществ субъекта экономических отношений как на микро, так и на глобальном уровне;

– одним из важнейших и необходимых условий высокого качества продукции и услуг является использование современных высокоточных технологий;

– инновационный процесс не заканчивается на этапе внедрения, а продолжается после него, по мере распространения новшество совершенствуется, становится максимально эффективным, приобретает ранее неизвестные потребительские свойства;

– инновационные технологии открывают новые области применения, рынки, новых потребителей [1].

Одной из важных задач государства в наше время является повышение инновационной деятельности предприятий, которое поможет лидировать на рынке среди других компаний. Для реализации этой задачи необходимо провести изменения в производственно-сбытовой деятельности, в распределении финансовых и инвестиционных ресурсов и в проведении маркетинговой политики. Эти изменения должны базироваться на двух принципах: должен соблюдаться баланс интересов потребителя и производителя; инвестиционная деятельность предприятия должна осуществляться непрерывно.

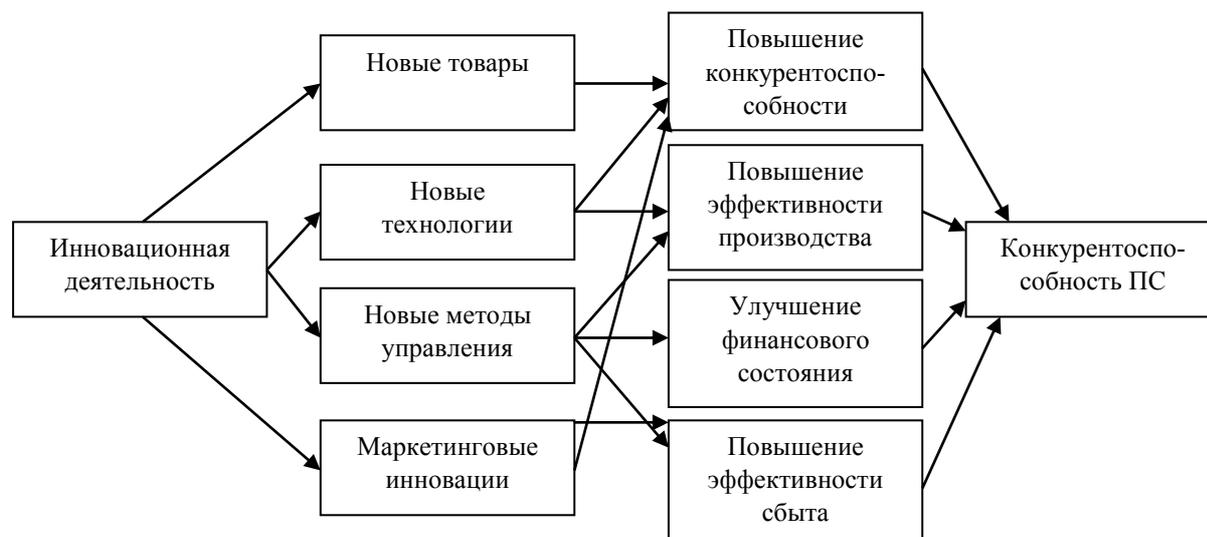
Необходимо своевременно определить, адекватно оценить и разработать эффективные меры управления, так как при внедрении инноваций предприятия существует высокий риск [2].

Исходя из практики, можно заметить, что между конкурентоспособностью и инновациями существует прямая взаимосвязь. За счет современных технологий можно не только реализовывать продукцию, пользующуюся спросом, но и снижать задержки при внедрении инноваций. Предприятие, первым внедрившее инновационные разработки, будет обладать большими преимуществами по сравнению с конкурентами как перед потенциальными потребителями, так и перед инвесторами, при прочих равных условиях.

При выборе тех или иных инноваций предприятия отдают предпочтение тем, которые приемлемы для их производственного процесса и являются нестандартными, креативными, поэтому должны обеспечивать высокий экономический эффект от внедрения. Но не все инновации касаются именно производственного процесса, некоторые из них представляют конкурентные преимущества, дают возможность занять определенную рыночную нишу или захватить сегмент потребителей, которые ранее были не доступны. В случае если конкуренты не способны своевременно отреагировать, это обеспечит предприятию гарантированный успех и выведет его на новый уровень, обеспечив высокую конкурентоспособность.

Яркий пример – использование инновационной деятельности для повышения конкурентоспособности предприятия – события на рынке мотоциклов в начале 1980-х годов. Когда компания Yamaha попыталась атаковать компанию Honda, та в ответ вместо традиционного снижения цен выбрала инновационную стратегию и за полтора года выпустила на рынок 113 новых моделей мотоциклов, не оставив сопернику никаких шансов на успех [3].

Во всем мире применение инноваций сегодня является не прихотью, а необходимостью для выживания, сохранения конкурентоспособности и дальнейшего процветания. Схематично влияние инноваций на конкурентоспособность показано на рисунке 1.



**Рисунок 1 – Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предпринимательской структуры**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1]

Данный рисунок подтверждает, что между инновациями и конкурентоспособностью существует прямая зависимость. Инновации - это прямой путь к конкурентоспособности, поскольку «последствиями» внедрения инноваций могут быть не только положительное влияние на финансовые показатели деятельности предприятия - это снижение издержек, рост прибыли, но и внешние эффекты - повышение лояльности клиентов, улучшение имиджа, увеличение инвестиций, выход на новые рынки и т. д.

Повышенный интерес к инновациям в настоящее время объясняется просто - именно инновации могут оказать существенное влияние в процессе конкурентной борьбы. Эффект от большинства инновационных проектов во много раз превосходит эффект, которого можно добиться за счет внедрения любых других мер по оптимизации деятельности. На практике предприятие, внедрившее инновации, развивается более быстрыми темпами, чем его конкуренты, при этом длительное время может не терять своих лидирующих позиций.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что предприятия, которые формируют стратегическое поведение на основе инновационного подхода, где основной целью является освоение новых технологий, производство новых товаров и услуг, имеют возможность достичь лидирующего положения на рынке, сохранить высокие темпы развития, снизить уровень издержек, достичь высокого уровня прибыли. Эффект, полученный от внедрения инноваций, повышает эффективность деятельности предприятия и значительно усиливает его конкурентные преимущества на внутреннем и мировом рынках [1].

В настоящее время именно инновационная деятельность является решающим фактором в конкурентной борьбе, обеспечивающим условия для устойчивого долгосрочного развития.

### Литература

1. Мякотин, М. П. Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятия / М. П. Мякотин. // Молодой ученый. – 2018. – № 23 (209). – С. 332–334 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/209/51178> – Дата доступа: 25.10.2022.
2. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе инновационной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=912595> – Дата доступа: 25.10.2022.
3. История кроссовых мотоциклов Yamaha. 1980–1989 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://moto85.ru/prodazha\\_motoekipirovki/istoriya\\_krossovykh\\_mototsiklov\\_yamaha\\_1980\\_1989.html](https://moto85.ru/prodazha_motoekipirovki/istoriya_krossovykh_mototsiklov_yamaha_1980_1989.html). – Дата доступа: 29.10.2022.

УДК 658.8

**Игнатчук А. В, Рахта А. А.** студентки  
научный руководитель – **Бережная Г. Г.**, старший преподаватель  
УО «Брестский государственный технический университет»,  
г. Брест, Республика Беларусь

### САРАФАННОЕ РАДИО КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

На сегодняшний день традиционные способы использования стандартных инструментов продвижения товаров или услуг не приводит к желаемым результатам, поэтому непосредственно маркетологи обращаются к использованию нестандартных инструментов. Как правило, чаще красочные рекламные ролики раздражают пользователей, нежели мотивируют к покупке.

**Сарафанное радио** – это передача информации от одного человека к другому, обычно под влиянием сильного впечатления. Эмоции играют ключевую роль в этом процессе, и чем они сильнее, тем быстрее распространяется новость.