

А. З. Коробкин,  
канд. экон. наук, доцент  
Н. В. Лацкевич,  
канд. экон. наук, доцент,  
БТЭУ (г. Гомель)  
e-mail: kafedra126@mail.ru

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Совершенствование торгово-технологических процессов, реструктуризация в организациях торговли связаны с инновационной деятельностью.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь» от 10 июля 2012 г. № 425-3 инновационной деятельностью является деятельность по преобразованию новшества в инновацию [1].

Инновацию в торговле можно определить как нововведение, новый или усовершенствованный способ (технология) продаж, коммерческое или маркетинговое решение, полученные в результате инновационного процесса.

Маркетинговой инновацией является внедрение нового метода маркетинга, включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, продвижении на рынок или использовании новых стратегий ценообразования [2, с. 5].

Осуществление маркетинговых инноваций в торговле приведет к следующим результатам:

- расширению ассортимента товаров;
- повышению качества обслуживания покупателей;
- созданию нового положительного имиджа торговой организации;
- перераспределению обязанностей персонала и увеличению времени на консультации покупателей;
- повышению производительности труда и эффективности использования торговых площадей;
- увеличению продаж, доходов и прибыли.

Современный этап развития национальной торговли позволяет определить основные пути повышения эффективности маркетинговых инноваций в организациях торговли:

1. Разработка целевых комплексных программ инновационного развития торговли на национальном, региональном и микроуровнях.
2. Совершенствование правового регулирования инноваций и инновационной деятельности в торговле.
3. Разработка научного и методического сопровождения инновационных процессов в торговле.
4. Развитие инновационной инфраструктуры.
5. Совершенствование механизма финансирования инновационной деятельности в торговле.
6. Обеспечение информированности специалистов организаций об инновационных процессах в торговле и продвижении инновационных проектов.
7. Подготовка специалистов для реализации инновационных проектов.
8. Создание в организациях торговли структурных подразделений по разработке инновационной стратегии развития.

### **Список использованных источников**

1. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь: ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ от 10 июля 2012 г. № 425-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.07.2012, 2/1977. – Минск, 2012.

2. Указания по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации»: постановление Нац. статистического комитета Респ. Беларусь от 2 июля 2013, № 61 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

Е. Н. Коробова,  
канд. экон. наук, доцент,  
ВГТУ (г. Витебск)  
e-mail: kor\_elena@tut.by

Ю. В. Полукарова,  
магистрант,  
ВГТУ (г. Витебск)  
e-mail: yulya.polukarova.97@mail.ru

## **НОВЫЕ МОДУЛИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

Цифровой мир трансформирует управление интеллектуальной собственностью (ИС), требуя пересмотра традиционных подходов к защите и монетизации креативных активов в онлайн-пространстве. Устаревшие механизмы, привязанные к географическим границам и физическим носителям, не справляются с вызовами глобального цифрового рынка.

Новые модели управления ИС должны учитывать особенности цифрового контента, его простоту копирования и распространения, а также растущее влияние больших данных и искусственного интеллекта.

Одним из ключевых направлений развития является переход к более гибким и адаптивным системам лицензирования. На смену традиционным, жестко регламентированным лицензиям приходят модульные подходы, лицензии Creative Commons и open source модели, расширяющие возможности использования контента при сохранении контроля правообладателей над ключевыми аспектами. Развитие блокчейн-технологий открывает перспективы для автоматизации процессов лицензирования, отслеживания использования контента, повышая прозрачность и снижая транзакционные издержки. Это особенно актуально для цифрового искусства, музыки и других видов креативного контента, распространяемых онлайн.

Аналитика данных и искусственный интеллект все активнее используются в сфере управления интеллектуальной собственностью. Большие данные позволяют мониторить использование интеллектуальной собственности онлайн, выявлять случаи пиратства, анализировать рыночные тренды и оценивать стоимость интеллектуальных активов. Искусственный интеллект способен автоматизировать поиск аналогов, классификацию и оценку патентов, значительно ускоряя и удешевляя патентную экспертизу. В будущем искусственный интеллект может стать ключевым инструментом для создания саморегулирующихся контрактов, которые будут адаптироваться к динамике рынка.

Цифровая трансформация также стимулирует развитие новых форм коллективного управления интеллектуальной собственностью. Онлайн-платформы и сервисы позволяют авторам объединяться для коллективной защиты своих прав и более эффективной коммерциализации контента. Это особенно важно для независимых авторов и малых предприятий, не имеющих достаточных ресурсов для индивидуальной защиты своей интеллектуальной собственности. Однако цифровая среда также создает новые вызовы для защиты интеллектуальной собственности. Высокая скорость распространения информации, анонимность пользователей и сложности трансграничного правоприменения усложняют борьбу с пиратством и другими нарушениями. Необходимы международные соглашения и эффективные механизмы сотрудничества между правообладателями, интернет-провайдерами и государственными органами для обеспечения эффективной защиты в цифровой среде.