

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ КАК ОДНОГО ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Переход на инновационный путь развития сегодня рассматривается в качестве одной из важнейших задач не только государственной социально-экономической политики, но и стратегий субъектов хозяйствования.

Инновационный тип развития – качественно новый этап общественного прогресса, характерный не только высокими особенно новыми темпами обновления экономики и других сфер общественной жизни, но и их специфической обусловленностью. Это особенно важно подчеркнуть, потому что под инвестициями чаще всего понимают любые нововведения, создание чего-то нового в широком смысле, начиная от нового продукта и заканчивая изменением системы взаимоотношений между людьми.

Поэтому, внедрение инноваций в процесс производства товаров и услуг является одним из основных инструментов повышения результативности субъектов хозяйствования. Однако одного внедрения в практику недостаточно, потому как использование достижений науки и техники требует определенного рода оценки, которую может дать потребитель, выступающий независимым экспертом. И на основе полученного результата можно сформировать представление об эффективности использования инноваций в практике.

В силу выше изложенного можно разработать концепцию, которая базируется на определении критерия удовлетворенности клиентов товаром или услугой.

Разработка подхода, в определении удовлетворенности потребителя основанная на анкетном опросе, в которой каждый вопрос тесно связан с маркетинговыми исследованиями, товарной политикой, каналами сбыта, ценой, рекламой, сервисным обслуживанием. В целом эти ключевые моменты формируют систему маркетинга предприятия, от эффективности которой во многом и зависит успех деятельности субъекта хозяйствования.

В результате исследования в качестве показателя, который характеризовал бы уровень эффективности внедрения технологий с одной стороны и степень удовлетворения потребителя с другой – можно использовать агрегированный показатель – коэффициент удовлетворенности клиентов.

Данный показатель можно рассчитать исходя из следующей формулы:

$$k = \frac{\sum i_j t_j}{\sum t_j} \quad (1)$$

где, i_j веса, соответствующие бальной оценке присвоенных j группой людей; t_j число опрошенных людей в группе j .

В рассматриваемой формуле i_j будет соответствовать бальной характеристике, которую присваивают потребители определенной группе товаров и будет находиться в интервале от 0 до 1, и чем ближе данная характеристика будет к единице, тем она будет более полно соответствовать требованиям клиента.

Результативный показатель – коэффициент удовлетворенности клиентов, также будет находиться в интервальных границах от 0 до 1. Близость его к нулю будет означать не только не удовлетворенность клиентов, но и напрасное внедрение достижений новшества в производство, а чем ближе данный показатель будет к единице, тем эффективнее будет результат от внедрения науки и техники и доведение его до конечного пользователя.

Преимуществом коэффициента удовлетворенности клиентов является его использование не только в определенный момент времени, но и в динамике с целью выявления тенденции и определению временного лага, в течение которого будет длиться эффект нововведения.

Таким образом, данный показатель можно использовать для определения эффективности использования достижений науки и техники, внедренных в производство.

Дорох Е.Г.

УО «Белорусский государственный экономический университет» (Минск)

АКТИВИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО УЧАСТИЯ БАНКОВ В СОЗДАНИИ ИННОВАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Значимость решения задач, стоящих перед банковской системой в области кредитования инновационного развития национальной экономики, предопределяет необходимость повышения эффективности банковского обслуживания корпоративного сектора клиентов, расширения спектра банковских услуг, совершенствования инфраструктуры, а также разработки льготных программ кредитного участия банков в процессе создания инноваций и внедрения новых способов финансирования НИОКР на основе создания венчурных фондов.

В зарубежных странах распространено два основных способа участия банковского сектора в финансировании инновационных проектов и НИОКР:

- финансирование венчурных фондов;
- прямое кредитование предприятий для инновационных проектов.

В большинстве развитых стран развитие сферы НИОКР идет главным образом через создание и финансирование венчурных (рисковых) предприятий. Для стран Западной Европы характерным является преобладание банковских ресурсов в финансировании венчурных фондов. В качестве примера "чисто европейской" структуры источников рискового капитала