

потребительских товаров, промежуточной продукции, машин и оборудования; усиливающаяся уязвимость экономики от политического и экономического давления извне; потеря традиционных рынков сбыта машинотехнической продукции и др.

4. Таможенные органы должны обеспечить стабильность таможенных режимов и разработку быстрых и несложных процедур таможенного оформления. Благоприятный инвестиционный климат предусматривает не только упрощение таможенных процедур, но и создание таможенных режимов переработки, которые способствовали бы международной кооперации производства, а также режим свободных экономических зон и свободных складов (т.е. совершенствование нормативно-правовой базы).

5. Совершенствование валютного контроля. Наложенная система валютного контроля означает пополнение бюджета, поскольку он препятствует утечке капитала за границу. Для обеспечения валютной безопасности необходимо законодательство, в полной мере определяющее правила совершения валютных операций, полное и безусловное выполнение участниками внешнеэкономической деятельности этого законодательства.

Зазаерская В.В., БГТУ (Брест)

ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ В ЖИЛИЩНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Реализация маркетинга в управлении жилищным хозяйством предполагает необходимость разработки и осуществления маркетинговых стратегий. В результате реализации этих стратегий должны быть сбалансированы спрос и предложение жилищно-коммунальных услуг, повышено качество услуг. При разработке стратегий следует учитывать специфические особенности жилищно-коммунального хозяйства: монополизм, высокая социальная значимость, локальный характер производства и потребления работ и услуг, высокий уровень комплексности жилищно-коммунальной сферы, определяющее влияние социальных факторов.

Заико В.В., БРУ (Могилев)

НОВОВВЕДЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

С момента принятия к распространению новшество приобретает новое качество - становится нововведением (инновацией). Процесс введения новшества на рынок принято называть процессом коммерциализации. Период времени между появлением новшества и воплощением его в нововведение (инновацию) называется инновационным лагом.

В повседневной практике, как правило, отождествляют понятие новшество, новация, нововведение, инновация, что вполне объяснимо. Любые изобретения, новые явления, виды услуг или методы только тогда получают общественное признание, когда они приняты к распространению (коммерциализации), и уже в новом качестве они выступают как нововведения (инновации).

Под инновациями в широком смысле понимается прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера. Период времени от зарождения идеи, создания и распространения новшества и до его использования принято называть жизненным циклом инновации. С учетом последовательности проведения работ