

ляется создание так называемого рыночного нематериального капитала предприятия. А уже рыночный нематериальный капитал будет создавать повторные и постоянные продажи. Другими словами, сначала готовят потребителя к покупке, а затем потребитель уже выбирает товар предприятия. Затраты на такую деятельность не являются издержками сбыта, они по своей сути являются инвестициями в нематериальный рыночный капитал предприятия.

В свою очередь нематериальный рыночный капитал представляет собой субъективное восприятие потребителями (заказчиками) не только продукции, выпускаемой данным производителем, но по большому счету самого производителя и продвигаемых им его товарных марок, что в совокупности позволяет осуществлять успешные первоначальные и последующие продажи. Речь идет о формировании доверительных отношений между изготовителем продукции и ее потребителями, которые становятся важнее, чем низкие цены и современные технологии. Конъюнктура рынка может изменить цену и технологию, но хорошие отношения могут сохраняться и передаваться.

В этих условиях цель маркетинга — сделать продажи из разовых в долгосрочные, для чего необходимо знать и понимать потребителя настолько хорошо, т.е. подготовить его к покупке (заказу), чтобы товары продавались сами по себе, обеспечив при этом долгосрочность взаимопониманий, лояльность потребителей, оптимальные каналы реализации, доступность продукции, сильные товарные марки.

Перечисленные элементы являются по своей сути маркетинговыми источниками стоимости, формирующими рыночный капитал бизнеса. И с этого момента маркетинг становится одним из видов инвестиционной деятельности. И, следовательно, по своей сути такие изменения адекватны происшедшим изменениям в ориентации бизнеса в направлении повышения его капитализации.

*М. А. Протасова, аспирант
БГЭУ (Минск)*

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Современный этап мирового развития показывает, что настоящее и будущее стран неотделимо от развития науки, от мощи их инновационного потенциала, интенсивности его развития и использования в интересах всего общества, и это, в свою очередь, предполагает создание инновационной экономики, основанной на знаниях. Одним из ключевых моментов в государственной научно-инновационной политике является рациональное развитие и использование инновационного потенциала страны, поэтому при выборе направлений, масштабов и стратегии инновационной деятельности особо актуальным является количественный и качественный анализ инновационного потенциала, требующий нестандартных подходов, значительных объемов информации, специальных знаний и большого практического опыта.

В течение последних 10–20 лет мировая практика эффективно использует несколько основных методик оценки инновационного развития стран, которые доказали свою действенность в странах с различным экономическим и социальным уровнем развития, политическим укладом и территориальными особенностями и традициями. Методики оценки инновационного развития, используемые в разных странах, отличаются набором и глубиной исследуемых направлений инновационной деятельности. Общей чертой разных методик является сочетание количественных и качественных показателей, ха-

рактизирующих внутреннюю и внешнюю среду инновационной деятельности. Все показатели инновационного развития сгруппированы по основным направлениям условий и результатов инновационной деятельности. Группировка показателей облегчает их анализ, способствует повышению эффективности управления инновационными процессами, позволяет выявить сильные и слабые стороны в инновационной сфере, сравнить позиции, определить структурные направления формирования инновационного потенциала для будущих инноваций [1, с. 73].

Наиболее известны следующие методики сопоставлений инновационной деятельности стран в международном масштабе на основе сводных индексов: Глобальный индекс инноваций; Европейское инновационное табло; Индекс глобальной конкурентоспособности; Индекс технологического развития; Индекс готовности к экономике знаний; Индекс человеческого развития и др.

В Республике Беларусь инновационное развитие оценивается на основе государственной статистической формы отчетности 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организаций», которая в 2017 г. значительно расширилась. Она содержит данные о затратах на инновации, об источниках финансирования инноваций, об объеме отгруженной продукции (работ, услуг), об организационных и маркетинговых инновациях, об экологических инновациях, также сведения о результатах от осуществления инновационной деятельности и о разработчиках инноваций, о факторах, препятствовавших инновационной деятельности, об инновационных проектах, которые в течение последних трех лет не реализовывались, о количестве приобретенных и переданных организацией новых и высоких технологий, программных средств, о количестве совместных проектов по осуществлению инновационной деятельности, и сведения о наличии научно-исследовательских, проектно-конструкторских подразделений организации.

Таким образом существует разнообразие методик оценки инновационного потенциала и инновационного развития, которые постоянно совершенствуются как в мировой практике, так и в отечественной.

Литература

1. *Давыденко, Л. Н.* Инновационный потенциал предприятия: модель формирования и управления / Л. Н. Давыденко, З. В. Банникова ; М-во образования Респ. Беларусь, Гом. гос. ун-т им. Ф. Скорины. — Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2014. — 240 с.

*И. В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

О НЕОБХОДИМОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЯ «ЗЕЛЕНОВОГО» ВВП ПРИ ОЦЕНКЕ ПОТЕНЦИАЛА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

В настоящее время существуют разные подходы к определению параметров и критериев устойчивого развития, важнейшим из которых, например, является индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), который используется в Программе развития ООН и включает ожидаемую продолжительность жизни, уровень образования, грамотность и реальный ВВП на душу населения. В идеальном варианте этот показатель равен единице — когда фактические значения по перечисленным параметрам совпадают с максимальными значениями.