

Включение инноваций в маркетинг — это многоступенчатый процесс, в котором организациям необходимо трансформировать идеи в новые продукты или услуги с улучшенным составом или подбором оптимальных свойств этого продукта. Данное улучшение направлено на достижение целей, связанных с конкурированием и успешным дифференцированием себя на рынке [1]. Для управления продажами нового товара и завоевания рынка целесообразно применять математическое моделирование, планирование с учетом неопределенности, ситуационный анализ. Наиболее широко применяемыми являются методы экспертных оценок, априорного ранжирования, метод Дельфи. При этом значительную роль играют балльная оценка и удельные веса различных факторов [2]. Известно, что серьезным препятствием для распространения маркетинговых технологий является жесткая ограниченность финансовых ресурсов предприятия. Крупное производственное объединение может себе позволить маркетинговое исследование хотя бы ради эксперимента. Малое же предприятие вряд ли решится на крупные маркетинговые затраты. Однако маркетинговые технологии, даже такие, как исследование рынка или прямые продажи, не обязательно требуют больших вложений и часто могут быть реализованы силами самого предприятия. Именно при таких условиях особую актуальность приобретает использование, формирование и совершенствование системы маркетингового бизнес-анализа, ориентированного на ускорение инновационных процессов. Таким образом, в условиях инновационной экономики необходимым условием развития предприятия является формирование и реализация маркетинговой стратегии их деятельности, основанной на применении инновационных маркетинговых технологий.

Список использованных источников

1. *Бранчев, В.П.* Маркетинг инноваций (радикальные и «подрывные» инновации — хайтек-маркетинг) / В.П. Бранчев. — М., 2007. — 232 с.
2. *Анисимов, Ю.* Инновационный маркетинг / Ю. Анисимов — М. : КноРус, 2009.

А.И. Кулакевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.Н. Зоткина

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ

В силу высокой стоимости ювелирные украшения входят в десятку самых подделываемых товаров в мире. При этом используются практически все известные методы фальсификации (качественная, количественная, стоимостная и др.). Самыми распространенными способами фальсификации ювелирных украшений являются следующие:

- выдача изделий (их частей) из недрагоценных сплавов за драгоценные (известны случаи, когда обозначенная на застежке цепочки проба золота 585 действительно соответствовала указанному содержанию драгметалла в сплаве, в отличие от изделия);
- пониженное по сравнению с указанным в пробе содержанием драгоценных металлов в ювелирном сплаве;
- подделка государственных пробирных клейм.

Одним из способов фальсификации золотых украшений является получение «комбинированных» фальшивок. В этом случае часть изделия состоит из золота, а часть — из сомнительного сплава. На таких изделиях может стоять подлинное государственное клеймо. Это может происходить из-за того, что проба ставится, например, на замок к цепочке, а сама цепь сомнительного качества крепится позже. Также существуют разные способы «разбавления» золота другими металлами. Нередко продаются украшения, в которых нет золота вовсе, а вместо него, например, сплав меди и цинка под названием «томпак». Фальсификация ювелирных вставок применяется очень часто и осуществляется более разнообразными способами, а распознается чрезвычайно сложно. В единице массы драгоценных камней (бриллиант, сапфир, изумруд, рубин, жемчуг) заключена большая по сравнению с драгоценными металлами стоимость, а поэтому их доля в цене изделия часто выше. К тому же камень закреплен в изделии, что затрудняет его диагностику. Основными видами фальсификации ювелирных камней являются следующие:

- выдача менее ценных камней (искусственных) за более дорогие;
 - изготовление имитаций ювелирных камней из стекла;
 - изготовление имитаций драгоценных камней из пластмасс и керамики;
 - изготовление составных ювелирных камней (с синтетикой);
 - выдача искусственно выращенного жемчуга за натуральный морской;
 - фальсификация веса. Иногда продавец при обсуждении цены оперирует понятием «общий вес драгоценных камней в ювелирном изделии»;
 - подделка сертификатов на драгоценные камни. Здесь необходимо учитывать, что сертификат с исправлениями недействителен, следует проверять также наличие на документе всех необходимых реквизитов.
- Таким образом, при подделке ювелирных украшений используются качественная, количественная, стоимостная и информационная фальсификации.