

селения наблюдается повышенная забота к своему здоровью и потреблению «чистых» продуктов, было бы целесообразным в своих рекламных кампаниях сделать акцент именно на этом.

Нехватка финансовых ресурсов, выделяемых на проведение рекламных кампаний, ограничивает белорусских товаропроизводителей в коммуникации с потребителями. Но, все-таки, белорусским пивоварам с целью формирования своего имиджа необходимо обратиться к профессионалам в области креатива.

Не достаточно просто придумать название товару и раскручивать эту марку, необходимо, чтобы все, что делает предприятие, вызвало положительный резонанс у широких слоев общественности. Это обязательно отразится на конкурентоспособности производимой ими продукции.

Лизакова Р.А.

ГГТУ им. П.О. Сухого (Гомель)

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ И КРЕАТИВНОСТЬ МЫШЛЕНИЯ

Одной из черт современного маркетинга является инновационность. Категория инновация понимается как новый или усовершенствованный продукт или технология, созданная в результате использования новшества и реализуемая на рынке или внедренная в производственную, управленческую или иную деятельность. Введение новых технологий, создание новых продуктов – ключевой фактор в конкурентной борьбе. Существует достаточно много примеров, где отмечается, что возникают инновационные по своему содержанию идеи, которые могут и не требовать по началу серьезных инвестиционных вложений.

Новые рынки появляются в результате возникновения новой потребности, разработки новой технологии, появления новой маркетинговой концепции. Мировой опыт показывает, что внедрение инновационной технологии (создание пионерного товара) – это не просто высокий риск, это работа, сопряженная с необремененностью как самой разработки, так и реакции рынка на новое изобретение. Креативная личность всегда является сильной натурой, способной идти на риск для достижения цели. По поводу такой личности отмечают, что прибыльность – это не только одна из причин, по которой новаторы идут на риск. Считается, что одни из главных парадоксов бизнеса касается инноваций: кто лучше оснащен – имеет тенденцию к застою, у кого меньше возможностей – становится известным инноватором в мире. Все революционные инновации исходят от нефитов и небольших организаций.

Любой человек, обладающий нормальным уровнем интеллекта, ищет в себе способность креативного развития. Но на развитие и становление креативности большое значение оказывает окружающая среда. Первоочередными условиями развития креативного мышления являются формирование чувства самоуважения и высокая степень свободы индивида. Естественно, чем цивилизованнее становится рынок, тем сложнее преуспеть, руководствуясь только интуицией, однако интуиция как способность увидеть целое, минуя детали, как умение быстро решить принципиально новую задачу – это важнейший творческий процесс, который является необходимым условием развития инновационных технологий.

*Лисичёнок Е.
ПГУ (Полоцк)*

ОЦЕНКА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РЕГИОНЕ

Под человеческим капиталом региона можно понимать совокупность знаний, умений, образования, опыта, практических навыков, творческих способностей работников хозяйствующих субъектов региона, которые целесообразно используются ими в той или иной сфере общественного воспроизводства и способствуют росту производительности труда и производства в регионе. Для оценки уровня знаний и навыков работников региона могут быть использованы такие показатели, как:

- численность населения, занятого в здравоохранении, образовании, науке и культуре на 1 тыс. занятых в экономике региона;
- численность служащих на 1 тыс. работников;
- численность работников с высшим и среднеспециальным образованием на 1 тыс. работников;
- численность обученных работников на 1 тыс. работников.

Результаты сравнительной рейтинговой оценки уровня знаний и навыков работников показали, что наивысший его уровень достигнут в г. Минске и Витебской области. Минск является лидером практически по всем показателям, что определено высоким уровнем развития инфраструктуры региона и его столичным положением. Высокий уровень показателя по Витебской области обусловлен высоким уровнем развития непроизводственной сферы региона и активными процессами переобучения и повышения квалификации.