

Список использованных источников

1. Бизнес-планирование как эффективный инструмент достижения стратегических целей организации / Д. П. Барсуков, Ю. А. Шиндина, З. Х. Шогенова. – 2015.
2. Роль бизнес-планирования в организации / Г. Д. Якимчук, Л. И. Насонова. – 2015.
3. Сущность бизнес-плана и его роль в стратегическом управлении предприятием / Ю. Р. Покровская, Л. Р. Курманова. – 2019.
4. Бизнес-планирование как эффективный инструмент повышения эффективности организации / Е. В. Алексенко, А. А. Алексенко. – 2017.
5. Бизнес-планирование как эффективный инструмент достижения целей проекта / Е. И. Чистякова, Е. В. Головнева. – 2021.
6. Понятие бизнес-плана и его значение / В. А. Галаничев. – 2018.

УДК 339.138 (476)

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Панченко Е. В., студ., Зайцева Е. А., студ., Сеницына А. С., студ.,
Демидова М. А., к.т.н., асс.*

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены характеристики инновационного маркетинга, его важность в продвижении инновационных товаров, а также в развитии экономики Республики Беларусь.

Ключевые слова: инновации, инновационный маркетинг, экономика, конкурентоспособность.

Инновационный маркетинг играет важную роль в развитии экономики Республики Беларусь, способствуя современной и эффективной адаптации маркетинговых стратегий к изменяющимся условиям рынка и потребностям потребителей. Внедрение инновационных методов и подходов в маркетинге способствует повышению конкурентоспособности компаний, стимулирует рост бизнеса, а также способствует развитию индустрии и экономики страны в целом.

Целью работы является исследование роли инновационного маркетинга в развитии экономики Республики Беларусь, чтобы выявить влияние инновационных маркетинговых подходов на экономический рост, конкурентоспособность компаний и создание благоприятной инвестиционной среды в стране.

Инновационный маркетинг – это деятельность на рынке нововведений, направленная на формирование или выявление спроса с целью максимального удовлетворения запросов и потребностей, что базируется на использовании новых идей относительно товаров, услуг и технологий, которые наилучшим образом содействуют достижению целей организации и отдельных исполнителей [2].

В таблице 1 представлены затраты на инновации организаций промышленности на маркетинг и создание бренда по видам экономической деятельности.

Таблица 1 – Затраты на инновации организаций промышленности на маркетинг и создание бренда по видам экономической деятельности

Год	Всего	По видам экономической деятельности			
		Горно-добывающая промышленность	Обрабатывающая промышленность	Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	Водоснабжение, сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
2021	11 587	2 796	8 748	40	3
2022	3774	-	3770	-	4

Источник: [2, 3].

Исходя из таблицы 1, можно сделать вывод, что на инновационный маркетинг и создание бренда затраты уменьшились в 3,04 раз. В 2021 году по всем видам экономической деятельности были затраты на инновационный маркетинг, однако в 2022 лишь в двух сферах были затраты. Статистические данные свидетельствуют о том, что предприятия недооценивают значимость инновационного маркетинга или имеют ограниченный бюджет для внедрения инновационных маркетинговых стратегий.

Основной идеей инновационного маркетинга является стремление организации к использованию инноваций для достижения конкурентных преимуществ на рынке [1]. Важным аспектом здесь является новизна технических и потребительских характеристик инновации. Важнейшей стадией научно-инновационного процесса, обеспечивающей востребованность и практическую реализуемость инновационного проекта, является коммерциализация инноваций. Коммерциализация инноваций – это процесс превращения новых идей, технологий или продуктов в коммерчески успешные продукты или услуги. Это включает в себя разработку бизнес-модели, планирование маркетинговых стратегий, поиск финансирования и партнеров для дальнейшего развития инновации. Коммерциализация инноваций помогает создать ценность из новых идей и привести их к рынку, где они могут быть успешно проданы и принести прибыль.

Для успешного продвижения инновационного продукта на рынке необходимо активно информировать потребителей о его уникальных особенностях и преимуществах. Рекламная кампания должна быть направлена на то, чтобы потенциальные покупатели поняли, как именно новый продукт может улучшить их жизнь или работу. Участие в выставках и конференциях является эффективным способом привлечения внимания к инновационному продукту. В рамках таких мероприятий можно продемонстрировать функциональные возможности продукта, ответить на вопросы потенциальных клиентов и заключить договоры о сотрудничестве. Кроме того, онлайн-продвижение на официальном сайте компании играет важную роль в привлечении целевой аудитории. Современные потребители все чаще обращаются к интернету для поиска информации о новинках на рынке, поэтому наличие качественного и информативного сайта с подробной информацией о продукте является необходимым условием для успешного продвижения.

Эффективное управление маркетинговыми инновациями требует постоянного внимания и систематического подхода. Один из основных принципов инновационного маркетинга – это постоянное стремление к развитию и внедрению новых идей и технологий. Благодаря этому предприятия могут создавать уникальные продукты, которые отличаются от конкурентов и обладают высоким спросом у потребителей. Это позволяет увеличить объем продаж и улучшить финансовое состояние компании. Инновационный маркетинг также способствует развитию экспорта продукции белорусских предприятий. За счет внедрения новых маркетинговых стратегий и подходов компании могут успешно конкурировать на международном рынке и увеличивать объем экспорта. Это в свою очередь способствует росту экономики страны и улучшению благосостояния ее граждан. Кроме того, инновационный маркетинг помогает развивать малый и средний бизнес в Республике Беларусь. Предприниматели, внедряющие новые идеи и технологии, могут успешно конкурировать на рынке и увеличивать свою долю рынка. Это способствует развитию предпринимательства в стране и созданию новых рабочих мест. Таким образом, инновационный маркетинг играет важную роль в развитии экономики Республики Беларусь. Он способствует созданию уникальных продуктов, развитию экспорта и развитию малого и среднего бизнеса. Поэтому правительству и предпринимателям необходимо активно внедрять новые маркетинговые стратегии и подходы для достижения устойчивого экономического роста и процветания страны.

Ниже приведены основные аспекты, которые подчеркивают важность инновационного маркетинга в развитии экономики Республики Беларусь:

1. Создание уникальных продуктов и услуг: инновационный маркетинг позволяет компаниям выделяться на рынке путем создания уникальных и инновационных продуктов и услуг, что способствует привлечению новых клиентов и удержанию существующей аудитории.

2. Стимулирование роста: использование инновационных маркетинговых стратегий позволяет компаниям выходить за рамки традиционных методов продвижения продукции, что способствует росту продаж, увеличению доходов и инвестиций в развитие бизнеса.

3. Потенциал для открытия новых рынков: инновации в маркетинге помогают компаниям искать и находить новые рынки сбыта, как внутри страны, так и за ее пределами, что

способствует расширению бизнеса и увеличению экспортных возможностей.

4. Стимулирование технологического развития: инновации в маркетинге также способствуют развитию новых технологий, цифровых платформ и методов коммуникации, что помогает компаниям быть более конкурентоспособными и эффективно использовать современные технологии.

5. Привлечение инвестиций: инновационный маркетинг создает благоприятную среду для привлечения инвестиций, как внутренних, так и внешних, что способствует финансовой устойчивости компаний и развитию экономики в целом.

Таким образом, инновационный маркетинг играет ключевую роль в развитии экономики Республики Беларусь, способствуя созданию стабильной и конкурентоспособной бизнес-среды, развитию технологий и улучшению качества продукции и услуг на мировом рынке. Важно отметить, что успешная коммерциализация инноваций требует не только разработки качественного продукта, но и правильного маркетингового подхода. Маркетинговые исследования помогут определить спрос на инновационные продукты, выявить особенности целевой аудитории и разработать эффективные стратегии продвижения. Для малых и средних предприятий особенно важно уделить внимание коммерциализации и маркетинговым исследованиям, так как это поможет им успешно конкурировать на рынке и увеличить свою долю инновационной продукции. Эти направления развития способствуют не только росту бизнеса, но и развитию экономики страны в целом. Поэтому дальнейшее развитие инновационного маркетинга является ключевым фактором для устойчивого экономического роста и процветания Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 474 с.
2. Инновационный маркетинг и продвижение инновационной продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/3188895/page:6/>. – Дата доступа: 10.03.2024.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_57394/. – Дата доступа: 10.03.2024.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_78550/. – Дата доступа: 10.03.2024.

УДК 338.984

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Селиванова М. С., студ., Шенец Т. Ю., студ., Демидова М. А., к.т.н., асс.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены особенности бизнес-планирования в сфере услуг. Динамика развития рынка услуг ясно свидетельствуют о необходимости тщательного планирования деятельности создаваемых предприятий.

Ключевые слова: бизнес-планирование, сфера услуг.

Динамика развития рынка услуг ясно свидетельствует о необходимости тщательного планирования деятельности создаваемых предприятий. Бизнес-планирование – относительно новое явление в экономике Республики Беларусь, несмотря на то, что многие понятия рыночной экономики уже давно вошли в деловую жизнь и практику отечественных организаций. С ростом конкуренции на рынках услуг необходимость бизнес-планирования стала настолько очевидной, что его применение становится массовым явлением.

Целью статьи является исследование методических аспектов бизнес-планирования для предприятий сферы услуг.

Бизнес-планирование в сфере услуг включает в себя определение целей и стратегий для