

в наиболее ясной и достоверной форме. В любом случае автор не должен поддаваться влиянию своих собственных убеждений. Речь идет не о доказательствах, но об изложении фактов со скрупулезной точностью.

Главным разделом отчета является раздел, в котором излагаются полученные результаты. Рекомендуется строить его содержание вокруг целей исследования, Зачастую логика данного раздела определяется структурой вопросника, поскольку вопросы в нем излагаются в определенной логической последовательности.

УДК 339.138

## **ПРИМЕНЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В ТРАНСГРАНИЧНОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ**

М.э.н., асс. Савосина А.А.

Витебский государственный технологический университет

Эффективным инструментом развития трансграничного сотрудничества может стать система регионального маркетинга. Её использование обеспечивает, с одной стороны, сбор информации о возникающих на микроуровне возможностях производства, и одновременно потребностях рынка региона, с другой – поступление данных о конъюнктуре рынков более высокого уровня, регионах-конкурентах по тем или иным видам товаров и так далее, что дает возможность принимать на основе их обработки те или иные управленческие решения. Региональный маркетинг включает все ранее существовавшие направления политики региональных и местных властей, дополняя ее такими элементами и характеристиками: создание и реклама имиджа региона, последовательная ориентация на интересы целевых рынков, экологическая и социальная направленность, партнерство властей и частного бизнеса. Соответственно, региональная маркетинговая политика должна быть направлена на создание благоприятных условий для повышения качества продукта региона, поиск его потенциальных потребителей и вывод территории на лидирующие позиции в межрегиональном разделении труда с целью повышения качества жизни населения. Представляя важнейший целевой рынок регионального маркетинга, сопредельные территории заинтересованы в эффективном решении собственных социально-экономических проблем. Использование маркетинговых инструментов для повышения привлекательности региона как места работы, отдыха и жительства создает дополнительные стимулы для развития приграничных внешнеполитических и экономических связей. И наоборот, игнорирование возможностей применения таких инструментов в приграничном сотрудничестве имеет значительные негативные последствия.

Развитие трансграничного сотрудничества, необходимого для решения острейших проблем социально-экономического развития, нуждается в использовании адекватных ситуации маркетинговых инструментов. Их разработка и реализация направлений процесса управления маркетингом должна стать частью экономической политики региональных и местных органов власти Республики Беларусь, учитывающих тенденции глобализации и регионализации, но отдающих предпочтение национальным и территориальным интересам.

С помощью инструментов регионального маркетинга, в частности применения модели трансграничного сотрудничества можно решить множество актуальных для Республики Беларусь вопросов, например:

- установление взаимовыгодного экономического сотрудничества; создание совместной коммуникационной среды; эффективное использование рекреационных ресурсов и содей-

ствие развитию трансграничного туризма; активизация культурного и образовательного взаимодействия;

- стимулирование торговых отношений; внедрение ресурсосберегающих технологий; развитие инфраструктуры; разработка совместной политики в области техногенно-экологической безопасности; развитие лесной, деревообрабатывающей, легкой промышленности и сельского хозяйства;

- сбалансированное развитие приграничных регионов; модернизация и строительство объектов приграничной и транспортной инфраструктуры; поддержка предпринимательских инициатив;

- сотрудничество в сфере образования, культуры, и спорта; охрана окружающей среды, предупреждение и ликвидация наступления чрезвычайных ситуаций и техногенных катастроф.

Инструменты и методы регионального маркетинга необходимо использовать для подъема экономики в период кризиса и посткризисного периода.

УДК 330

## ОЦЕНКА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ЗРЕЛОСТИ И ДИНАМИКА ИННОВАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Асс. Смолянец В. С.

Витебский государственный технологический университет

Формирование и использование инновационного потенциала имеет особое значение для хозяйственной системы любого уровня (предприятия, региона, республики). Эффективное управление потенциалом определяет конкурентоспособность страны в мировом сообществе, экономическое благосостояние предприятий и качеством жизни населения.

Развитие инновационной деятельности в условиях национального промышленного комплекса, имеет свою специфику по сравнению с другими высокоразвитыми странами. С одной стороны, в Беларуси существуют объективные предпосылки формирования инновационной экономики в промышленности. В стране достигнут высокий уровень развития фундаментальных наук; достаточный научно-технический потенциал; высокообразованные и квалифицированные кадры ученых, инженеров, рабочих; высокий уровень интеллектуального и профессионального развития белорусских специалистов. В частности, по данным ПРООН в 2013 г. по индексу развития человеческого потенциала (ИРЧП) Беларусь находится на 50-м месте из 187 стран и входит в группу с высоким уровнем развития человеческого потенциала. Во многих регионах Беларуси за годы плановой экономики был создан мощный инновационный потенциал, который обеспечивал высокий уровень развития по приоритетным направлениям техники, и технологий ряда отраслей промышленного производства. Экономика переходила к интенсивному типу воспроизводства. С другой стороны, организационное управление экономикой в сложных технико-технологических, экономических условиях не было подготовлено к высокому уровню освоения научно-технических достижений. Поэтому в новых условиях переход Беларуси на инновационное развитие возможен поэтапно, на основе оптимальной диффузии инновационных идей и проектов.

Многочисленные инициативы в области поддержки инноваций носят комплексный и масштабный характер. Наиболее важной из них является Государственная программа инновационного развития на 2011 – 2015 годы. Главными задачами развития промышленного комплекса в 2011 – 2015 годах являются: