

Следуя концепции внутреннего маркетинга, руководитель должен будет комплексно подходить ко всем его компонентам, в том числе учитывать престиж и репутацию своей организации, уделять внимание созданию соответствующих условий труда, а также всем инструментам внутрифирменных коммуникаций, т.е. месту работы и продвижению.

Как любая инновация, данный подход потребует изменения взаимоотношений в организации, изменения традиционных процедур подбора кадров. Однако, грамотное применение концепции внутреннего маркетинга способно существенно повлиять на привлечение, мотивацию и удержание внутренних потребителей (работников).

Инновационность применения внутреннего маркетинга проявляется и в том, что, данный подход позволяет более эффективно отслеживать изменение «потребительского спроса внутреннего потребителя» и своевременно предлагать «продукт» с более подходящими потребительскими свойствами, укрепляя тем самым организацию изнутри и увеличивая отдачу от каждого члена коллектива. В связи с решением этих новых задач руководителям придется внедрять в практику механизм мониторинга потребностей собственного персонала, проявлять большее внимание ко всем другим компонентам внутреннего маркетинга, совершенствуя и развивая их.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.  
БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет.  
Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.  
<http://www.bseu.by>      [elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)

*Е.Н. Бедретдинова*  
*Филиал БГЭУ (Бобруйск);*  
*Лю Хун Мин, Ду Дие*  
*(Пекин, Китай)*

## **БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОЕ ИННОВАЦИОННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО: ОБЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Беларусь во времена Советского Союза, обладая развитой научно-технической базой и разработками мирового уровня в различных областях, по праву носила звание «сборочного цеха» советской страны.

Эти достоинства Беларуси представляют немалый интерес для Китая, так как после распада СССР Беларусь быстро смогла адаптироваться к новым экономическим условиям. За годы суверенного развития она не только не потеряла свои преимущества и достижения, но и смогла упрочить свои позиции в научно-технической сфере. Сегодня, когда инновации являются одним из главных резервов обеспечения экономического роста любого государства, Беларусь, по данным ООН обладает научными разработками, коммерческая стоимость которых оценивается миллиардами долларов.

Наиболее плодотворно научно-технические связи белорусско-китайских отношений развиваются в сфере машиностроения и электроники, новых материалов, радиофизике, биотехнологий, обеспечения надежности и долговечности машин, агротехники, нефтехимии, геологии, фундаментальных исследований.

Феномен Китая – это успешная реализация инновационной модели развития с увеличения доли в ВВП и экспорте. Планируется к 2011 году приблизить и сравнить свой уровень в наиболее важных научных и технических направлений с мировым. В стране принято льготное налогообложение фирм высоких технологий. Создана эффективная инфраструктура поддержки инноваций для малого и среднего бизнеса, включающая сеть соответствующих центров и инкубаторов, зон развития НИРиОКР при университетах, информационные структуры.

В КНР строят малоэнергоёмкую «экономику знаний». Так, по уровню поступивших в учебные заведения (88 % против 68 %) Беларусь пока впереди, но по умению внедрять полученные знания уже уступает. По числу работников, занятых в НИОКР на миллион населения, Беларусь в три раза опережает КНР. Все это хороший повод поучиться как с меньшими затратами (ученых, ресурсов и т.д.) получить более наукоемкий ВВП. В КНР поставлена задача довести в ближайшее время долю расходов на НИОКР до 1,5 % ВВП, причем, предприятия должны обеспечить 50 % бюджетных инвестиций.

В КНР разработан пакет мер, направленных на развитие высоких технологий. Они включают рост государственных расходов, налоговые льготы, и облегченный доступ к кредитам.

Осуществляя двухстороннее научно-техническое сотрудничество, Беларусь и Китай одновременно и внимательно отслеживают развитие и появление новых, прогрессивных элементов и форм организации международной и инновационной инфраструктуры с целью создания новых предприятий на основе промышленной реализации современных научных разработок с прицелом на создание будущих технопарков. Значительный импульс развитию белорусско-китайского научно-технического сотрудничества, создание более благоприятных условий для совместной коммерциализации научных разработок и освоения рынка высоких технологий, активизации инновационной деятельности дала недавно заключенная между государствами программа долгосрочного взаимодействия для широкого экспорта новейших белорусских технологий на китайский рынок.

Главная общность белорусских и китайских реформ: 1) их нацеленность на развитие при сильной социальной направленности. Это не перемены ради перемен, они совершаются для всего народа и должны поддерживать баланс между экономической эффективностью и социальной справедливостью и руководству стран это пока удается; 2) активное влияние государства на протекающие экономические процессы и сильные личности во главе государства; 3) наши страны отказались от шоковой терапии и последовательно реформируют свои экономики.

Стратегия обеих стран примерно одинаковая: достаточно длительное сохранение в госсобственности крупных предприятий при параллельном реформировании торговли, сферы услуг, создание сектора малого и среднего предпринимательства, отказ от поспешной и неэффективной приватизации.

Проблемы, которые встают перед экономикой КНР, по сути, представляют собой обратную сторону ее достижений:

1. Хозяйственная система страны развивается по сугубо экстенсивному пути, будучи развращена доступностью дешевой рабочей силы и природных ресурсов, пренебрегая требованиями экологии. Это может привести в будущем к снижению темпов хозяйственного роста.

2. Экономика Китая остается экспортноориентированной. Ограниченность внутреннего рынка и внешних может быть губительной для его экономики.

3. Собственные инновации остаются пока невостребованными экономикой Китая, широко использующей преимущества импортированных или скопированных технологий.

4. Специалисты считают, что в Китае назревает финансовый кризис, обусловленный стремлением активизировать кредитную «накачку» экономики.

Таким образом, анализ сотрудничества Республики Беларусь и КНР в научно-технической сфере показывает, что этой области совместной деятельности стороны уделяют значительное внимание. Отличительной чертой научно-технического сотрудничества последних лет стало объединение усилий трех сторон – Китая, Беларуси и России – для разработки и создания новых технологий, более совершенных видов товарной продукции и услуг и внедрение этих новшеств в практику. Как показывает практика, потенциал белорусско-китайского сотрудничества далеко не исчерпан.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> [elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)

**П.В. Бокий**

*БГЭУ (Бобруйск)*

## **ЖЦИ В ПРОМЫШЛЕННОМ МАРКЕТИНГЕ**

Не анализируя ЖЦИ ассортимента и связанные с этим проблемы, невозможно управлять конкурентоспособностью предприятия и прогнозировать основные показатели деятельности. Положение на кривой жизненного цикла – вывод на рынок, рост, зрелость и спад – коренным образом влияет на объемы продаж, рентабельность продукции и маркетинговые мероприятия.

На практике влияние ЖЦИ на динамику продаж чаще всего недооценивается, либо вовсе не осознается. Существующая система маркетинга на предприятиях практически не отслеживает ЖЦИ и степень устаревания продукции. Хотя положение большей части ассортимента предприятия на растущей части кривой ЖЦИ обеспечивает предприятию стабильную прибыль, достижение именно такого положения является ключевой функцией маркетинга. К сожалению, только на передовых отечественных предприятиях понимают, что, управляя ЖЦИ, можно управлять продажами.

Рассмотрим сложность удержания ассортимента в стадии роста. Существует устойчивый стереотип, что запуск изделия, которое будет находиться на стадии роста, требует значительных инвестиций и кардинального обновления технологии производства. Иногда это верно, но практический опыт показывает, что устаревать (отставать от конкурентов) продукция может не только по технико-