

## ФРОНТИРОВАНИЕ РЫНКА ИННОВАЦИЙ

Студентка гр. 113629 Семёнова Д.А.

Ст. преп. Серченя Т.И.

Белорусский национальный технический университет

Инновационная деятельность является важнейшим источником технико-технологического развития предприятия. Многие отечественные предприятия традиционно генерируют высокоэффективные инновационные технологии, потенциально позволяющие производить продукцию на уровне мировых стандартов. Однако произвести инновацию в современных условиях недостаточно: важно правильно ее реализовать. Среди приемов инновационного менеджмента, воздействующих на стадии реализации, продвижения и диффузии инноваций, традиционно выделяют ценовые приемы управления, фронтирование рынка и мэджер.

Фронтирование рынка – это операция по захвату рынка другого хозяйствующего субъекта или зарубежного рынка. Выход на рынок инновации начинается с решения двух задач: 1) определения стоимости инновации; 2) анализа будущего рынка инновации [1]. Стоимость инновации необходимо формировать таким образом, чтобы она устраивала, как продавца инновации, так и инвестора-покупателя, при этом заявляя о позиции продавца на рынке и приобретая престиж для инвестора.

Анализ будущего рынка основан на маркетинговом исследовании, причем аналитические и организационные задачи идентичны как для внутреннего, так и для внешнего рынка. Если приоритет отдается экспортным маркетинговым исследованиям, то особое внимание уделяется определению момента выхода инновации на зарубежные рынки и методу выхода: собственное предпринимательство или совместное с местными предпринимателями. Изучение рынка неотделимо от инновации, предназначенной к продаже. Перед экспортом инновации следует учитывать, что именно привлекает внимание покупателей-инвесторов, в каком объеме, и по какой цене. Извлечь необходимую информации можно из источников как первичной, так и вторичной информации.

Таким образом, фронтирования рынка необходимо для успешной реализации белорусскими предприятиями инноваций как на внутреннем рынке, так и на внешнем. Это позволит занять определенную позицию на зарубежном рынке, нарастить объем экспорта и объем валютных поступлений в страну, а также привлечь иностранные инвестиции.