

УДК 658.1: 001.895

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО РОЛЬ В ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студентка гр.103220 Голенок М.С.

Научный руководитель – ст. преп. Торская И.В.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

В условиях рыночной экономики на эффективность работы промышленных предприятий влияют различные факторы, ведущее место среди которых занимает уровень развития инновационного потенциала.

В ходе проведенного исследования были изучены подходы многих авторов, в результате чего было предложено понимать под инновационным потенциалом совокупность характеристик предприятия, которые формируют его способность к осуществлению деятельности по созданию и использованию нововведений в долгосрочной перспективе. Такое определение особенно подчеркивает взаимосвязь между инновационным потенциалом и сочетанием таких критериев, как способность предприятия к инновациям и его устойчивость к обновлению, которые, в свою очередь, определяют понятие «гибкость предприятия».

Оценка инновационного потенциала осуществляется с помощью расчёта показателей, характеризующих такие его составляющие, как материально-технический, финансовый, информационный, кадровый и научно-технический потенциал. Проводимый анализ позволяет выявить недостатки в работе предприятия, связанные с инновационной деятельностью, и вовремя предпринять необходимые меры по их ликвидации.

Была осуществлена оценка инновационного потенциала на примере ОАО «Минский завод колёсных тягачей», в результате которой было установлено, что развитие инновационного потенциала данного предприятия имеет средний уровень, так как большинство показателей превышает установленные критериальные значения, но незначительно. Это говорит о том, что на предприятии существуют

резервы роста инновационного потенциала, но на данный момент не все из них используются на предприятии достаточно эффективно.

УДК 658.62

УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Студентка гр.103220 Тур М.Н.

Научный руководитель – ст. преп. Торская И.В.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Лояльный клиент – это залог конкурентоспособности любой компании. Именно наличие лояльности, проявляющейся в благоприятном отношении потребителя к компании и ее продукции, является основой стабильного объема продаж, который, в свою очередь, является стратегическим показателем успешности компании и дает ей конкурентное преимущество.

Успешная реализация продукции отражается в установлении определенного уровня цен, который показывает предпочтения покупателей, выгоду получаемую от покупки того или иного продукта. Неоспоримым является тот факт, что покупатель при выборе товара основное внимание обращает на две составляющие – цену и качество продукции. При этом покупатель стремится получить как можно большее качество в расчете на одну вложенную денежную единицу.

Существует множество методов оценки качества и назначения конкурентной цены. Для машиностроительной отрасли эффективной является методика А.Х.Фасхиева [1], построенная на формировании «профиля» продукции и расчета ее «красной» цены.

Для успешной реализации продукции, помимо грамотно назначенной цены клиенту необходимо продемонстрировать, насколько выгодным будет для него приобретение товара. При этом большое значение имеет наглядность и простота представления информации. Реализовать это можно с помощью современной разработки, так называемого «калькулятора ценности», представляющего собой