

можно поступиться долей прибыли. Положительной считается ситуация, когда продукция одновременно имеет и качественные преимущества перед продукцией конкурентов. В этом случае после завоевания определенной доли рынка можно со временем и несколько увеличить цены. Крайней формой такой политики является «исключающее» ценообразование, когда цена на продукцию устанавливается настолько низкой, что приводит к уходу с рынка части конкурентов. Завоевание престижа: наиболее эффективный способ в случаях, когда потребитель затрудняется в определении разницы в качестве продукции конкурентов. Престижная цена соответственно должна принадлежать продукции, которая соответствующим образом рекламируется и продвигается на рынок. Полное использование производственных мощностей за счет «непикового» ценообразования. Эффективно там, где сложились высокие «установившиеся» и низкие «меняющиеся» цены, где спрос меняется с определенной периодичностью (например, природные ресурсы, транспорт и др.). Когда спрос низок, вместо того чтобы оставлять незагруженными производственные мощности, не окупая постоянной части стоимости, необходимо стимулировать спрос, оценивая продукцию более высоко, чем переменную составляющую спроса.

Проблема ценообразования занимает ключевое место в системе рыночных отношений. Можно предложить следующие мероприятия, способствующие увеличению сбыта и, как следствие, увеличению выручки и прибыли предприятия.

1. Для повышения эффективности планирования и организации управления предприятия

необходимо разрабатывать ежегодный план маркетинга, где взаимосвязаны по срокам, содержанию, средствам все мероприятия, проводимые в рамках службы маркетинга.

2. Для изучения системы ценностей потребителей и уровня удовлетворения их запросов в предприятии необходимо проводить непрерывное исследование рынка, постоянное выявление предпочтений потребителей, как с позиции устных опросов в местах продажи, по телефону, так и письменного анкетирования по почте.

3. Повышая конкурентоспособность своей продукции, предприятие использует современное оборудование для производства продукции ряд мероприятий для более жесткого контроля за качеством поступающего сырья необходимого для производства продукции.

4. Стабильного уровня прибыли предприятия вне зависимости от того, на какой стадии жизненного цикла находится товар, может добиться, используя различные стратегии ценообразования.

Нельзя не отметить, что финансовая устойчивость предприятия – это экономическая категория, выражающая такую систему экономических отношений, при которых предприятие формирует платежеспособный спрос, способно при сбалансированном привлечении кредита обеспечивать за счет собственных источников активное инвестирование и прирост оборотных средств, создавать финансовые резервы, участвовать в формировании бюджета. Платежеспособность выступает внешним проявлением финансовой устойчивости предприятия и отражает способность хозяйствующего субъекта платить по своим долгам и обязательствам в данный конкретный период времени.

УДК 338.45

НОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ПРОДУКЦИЙ В КНР - ЧЖЭЦЯНСКИЙ КОММЕРЧЕСКИЙ ЦЕНТР ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Гао Хан

Сиань, КНР

Чжэцзянский коммерческий центр интеллектуальной собственности был создан при активном содействии Департамента науки и техники провинции Чжэцзян и Чжэцзянского университета с целью дальнейшего продвижения процесса коммерциализации научно-технических достижений, стимулирования создания, применения и защиты интеллектуальной собственности посредством установления коммерческой платформы.

Основными направлениями развития Чжэцзянского коммерческого центра интеллектуальной собственности являются сопряжение спроса и предложения, сосредоточение ресурсов, создание необходимых условий, консалтинговая деятельность, внедрение финансовых инноваций и др., в качестве метода сосредоточения ресурсов ком-

мерциализации используется агентская система представления интересов членов организации по их поручению. Благодаря применению современных интеллектуальных данных, технологий финансовых операций и мобильной интернет-коммуникации, с учётом существующих различий в стандартизации интеллектуальной собственности, данным Центром создана единая сеть, охватывающая всю провинцию, распространяющаяся на всю территорию страны и объединяющая Китай с зарубежными странами, а также рыночная система для свободного осуществления сделок в области интеллектуальной собственности, кроме этого, прилагаются усилия для создания рынка распределения научно-технических инновационных ресурсов общегосударственного значения.

1. Создание совершенной системы сопряжения спроса и предложения: Создание системы поставок интеллектуальной собственности; создание каналов получения запросов на внедрение технологий в производство; создание коммерческой сети интеллектуальной собственности в рамках провинции и за её пределами; создание официального сайта Центра; создание аукционных конкурентных брендов интеллектуальной собственности; создание платформы для поддержки и трансферта передовых фундаментальных исследований.

2. Стимулирование полноценной интеграции научно-технических инновационных ресурсов: Создание системы членов организации с механизмом коммерциализации; создание специализированного сайта интеллектуальной собственности под собственной торговой маркой; создание системы определения номинальных биржевых котировок государственных научно-технических достижений и интеллектуальной собственности и системы публичного уведомления; создание системы свидетелей сделки.

3. Предоставление консалтинговых услуг и осуществление специализированных операций: Предоставление услуг по встречным искам в области интеллектуальной собственности; предоставление услуг анализа патентов на инвестиционные проекты.

4. Создание условий для защиты интеллектуальной собственности: Проведение серии тематических мероприятий в области интеллектуальной собственности; осуществление деятельности в области использования торговых марок.

5. Стимулирование финансовых инноваций в области интеллектуальной собственности: Создание новой модели финансирования интеллектуальной собственности; создание платформы для демонстрации и развития средних, малых и мелких научно-технических предприятий; создание системы финансирования научно-технических достижений.

Учреждение Чжэцзянского коммерческого центра интеллектуальной собственности ознаменовало новый этап развития технического рынка. Центр станет важной платформой для ускорения процесса коммерциализации научно-технических достижений, сможет эффективно восполнить слабые места высших учебных заведений и иных источников научно-технических инноваций, будет содействовать согласованному развитию производственной, инновационной и финансовой цепочки, способствовать более эффективному внедрению в производство ещё большего количества лучших научно-технических инновационных решений.

УДК 338

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Гурина Е.В.

Белорусский национальный технический университет, Минск, Республика Беларусь

История свидетельствует, что в долговременном периоде отчетливо проявляется тенденция постоянного роста экономики. Однако в кратковременном (или относительно кратковременном) периоде ее развитие характеризуется волнами подъемов и спадов экономической конъюнктуры, то есть уровней спроса и предложения производства продукции, выполнения каких либо работ, оказания услуг. Закономерности волнообразного характера макроэкономической динамики рассматриваются как проблемы экономического (делового) цикла. Экономический цикл (цикл деловой активности) – это регулярно повторяющиеся периоды в экономическом развитии. В объективно существующих условиях экономической цикличности в развитии и мировой, и национальных экономик периоды взлётов и падений (вплоть до полного исчезновения) наступают неизбежно.

Несмотря на то, что в современных условиях регулярность и продолжительность колебаний и последовательность фаз циклов нарушились, а также изменились их некоторые характеристики и в настоящее время целесообразно рассмат-

ривать классические подходы к структуре этих циклов.

Как известно, **первая важная фаза экономического цикла – кризис (рецессия, сжатие, спад)**. Его характерные черты:

– превышение предложения над спросом, ведущее к накоплению товарных запасов и падению цен;

– кризис сбыта и падение цен ведет к сокращению производства;

– большое число банкротств и крахов;

– массовая безработица;

– падение заработной платы и уровня жизни;

– рост потребности в деньгах для оплаты обязательств (всеобщая погоня за деньгами), который ведет к росту ссудного процента.

Вторая фаза цикла депрессия – экономика достигает «дна», низшей точки падения производства:

– сокращение производства и падение цен прекращаются;

– стабилизация товарных запасов;

– снижение ссудного процента (деловая активность очень низка – нет спроса на деньги):