

ных сфер и постараемся выявить существует или нет связь между расходами i -той потребительской группы на j -том потребительском рынке РБ.

Из таблицы 4 видно, что приблизительно третья часть располагаемых ресурсов сосредоточена в руках высшей группы, и совсем незначительной частью денежных ресурсов обладает низшая группа.

Табл.5

Структура потребительских расходов населения РБ по квантильным (20-процентным) группам в 2001 году.

	Квантильные группы населения по уровню располагаемых ресурсов					Коэффициент Корреляции
	1	2	3	4	5	
Потребительские расходы, всего, в т.ч.	100	100	100	100	100	
Продукты питания	63,5	61,6	61,4	59,8	55,6	-0,935
Алкогольные напитки	2,9	3,0	3,1	3,2	3,6	0,936
Табачные изделия	2,9	2,3	2,1	1,8	1,8	-0,938
Одежда, обувь, ткани	12,9	14,1	13,9	13,8	13,5	0,305
Предметы личной гигиены	1,8	2,0	2,2	2,1	2,2	0,850
Здравоохранение	1,7	2,0	1,9	2,0	2,0	0,728
Жилищно-коммунальные услуги	2,9	2,3	2,2	1,9	1,6	-0,974
Товары домашнего обихода	3,8	4,3	4,4	5,5	6,5	0,959
Транспорт и связь	3,6	4,2	4,6	5,0	7,4	0,910
Образование, культура, отдых	1,6	1,6	1,9	2,1	2,8	0,926
Прочие товары и услуги	2,4	2,6	2,3	2,8	3,0	0,773

Проранжируем эти потребительские группы, соответственно: низшая потребительская группа будет иметь ранг – 1, а высшая – 5.

В последнем столбце табл.5 подсчитан коэффициент корреляции, который оценивает силу связи между i -той потребительской группой и j -тым потребительским рынком. На основании полученных коэффициентов корреляции можно сделать вывод о том, что выдвинутая нами гипотеза подтвердилась. Потребительские расходы 20-процентной группы населения, действительно, на большинстве потребительских рынках РБ занимают большой удельный вес по сравнению с расходами остальных потребительских групп.

Таким образом, несмотря на то, что факторы внешней среды, как правило, не поддаются регулированию со стороны руководства фирмы, для успешной коммерческой деятельности фирмы их необходимо учитывать при изучении поведения потребителей, так как наличие такой информации и её использование поможет управленцам принять оптимальное управленческое решение в условиях жесткой конкурентной борьбы.

Список литературы.

1. Социально-экономическое развитие РБ в 2000г /Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. №2-2001 г.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2000.-Мн.2000.
3. Шахотько Л.П. Население Беларуси на рубеже века. БЭЖ №1 – 1999г.

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Н. А. Горелова

Брестский государственный технический университет

В мире жесткой конкуренции разрабатываются и постоянно совершенствуются способы и методы повышения конкурентоспособности компаний. Это касается как крупных компаний, так и малых

предприятий, для которых распыление и без того небольших ресурсов и не очень хорошее управление могут быстро привести к плачевным результатам.

Основной причиной для проведения инноваций на малых и средних предприятиях (МСП) является жесткая конкуренция на внутреннем и внешнем рынках (необходимость обновления продукции под угрозой потери конкурентоспособности и ухода компании с рынка). Наиболее распространенные мероприятия в области инноваций - это проектно-конструкторские работы и приобретение оборудования. Причем наибольшая доля средств при осуществлении инновационной деятельности направляется на приобретение оборудования и эти затраты можно отнести к инвестициям в основной капитал, а не собственно к инновациям. Основным источником финансирования инновационной деятельности для большинства инновационно активных предприятий (около 90%) остаются собственные средства, а так как большинство МСП не обладают достаточным их количеством, то надеяться на кардинальные изменения в динамике данного процесса в ближайшее время не приходится.

Одним из способов стать производителем новейшего продукта, а не шаблонного, для малых и средних предприятий Республики Беларусь является узкая специализация на одном-двух продуктах с использованием лицензий и патентов на только появившиеся технологии и продукты. Здесь белорусские МСП, как правило, сталкиваются с недостаточной информационной базой. В нашей республике нет специализированных институтов, занимающихся этой проблемой. Решением может стать вовлечение ВУЗов страны в данный процесс. Например, Л.В. Товстых предлагает университетам приступить к организации нового бизнеса - виртуальный инновационный консалтинг. Его задача - информационно-консультационное обслуживание фирм инновационного профиля в виртуальном пространстве (сеть Интернет) [3]. Этот вид бизнеса реально может помочь МСП в организации их инновационной деятельности.

Следовательно, с переходом от массового и серийного производства на производство, ориентированное на потребителя (мелкосерийное и штучное), можно предсказать развитие рынка научных разработок и актуальность процесса инновационного менеджмента, так как при ограниченности ресурсов на инновации необходимо уметь гибко и эффективно распределять средства, правильно управлять инновациями.

Специфика развития предпринимательства в Республике Беларусь создала ситуацию, когда основная масса коммерческих предприятий образовалась в короткий срок практически одновременно и одновременно развивается. Что касается инновационно активных предприятий, то они наиболее уязвимы, так как кроме обычных сложностей деятельности молодых предприятий, наукоемкая сфера отличается высокой стоимостью и длительностью обеспечивающих НИОКР, использованием дорогостоящего оборудования, длительностью производственного цикла, сильной зависимостью от исполнителей и поставщиков, необходимостью и высокой стоимостью защиты интеллектуальной собственности и сложностью прогноза рынка. Оптимизированная система управления компанией - основа коммерческого успеха. Управление компанией - скорее искусство, но и оно базируется не только на таланте, но и на специальных знаниях.

Эффективность менеджмента определяется, прежде всего, обоснованностью методологии решения проблем. Однако в настоящее время к менеджменту применяются только некоторые научные подходы: системный, поведенческий, административный, маркетинговый и др. Не применяются воспроизводственный, нормативный, функциональный подходы. Проблема может заключаться в отсутствии методик их практического применения. Поэтому необходимо более глубокое исследование научных подходов к менеджменту вообще и к инновационному менеджменту - в частности. По оценкам зарубежных аналитиков в белорусской экономике система менеджмента является слабым звеном в конкурентной борьбе. Следовательно, развитие системы менеджмента является одним из основных факторов успешного перехода Республики Беларусь к рыночным отношениям.

Вряд ли можно рассчитывать, что результаты приватизации смогут в ближайшее время привести к мощному развитию инновационной деятельности на уровне предприятий. Формирующийся в нашей стране рынок, который до сих пор «хватает» практически любые товары и любого качества, а также сохранившееся господство производителя над потребителем, монополизм ценообразования в отдельных отраслях - все это никак не создает радужной картины бурного научно-технического прогресса. При этом каждый из сил стремится заполучить новое оборудование, освоить прогрессивную технологию, создать новый товар. Однако, видоизменяя условия приватизации, критически оценивая и умело используя западный опыт внешнего прямого и косвенного воздействия на систему стимулирования инноваций, наверняка можно ускорить прогрессивные изменения.

Из всех соображений, которые ввиду очевидности ситуации нет смысла перечислять, необходимо безотлагательно определить и достаточно четко сформулировать действенную программу развития всего будущего инновационного комплекса. Она должна охватывать как отдельные производственные, исследовательские, конструкторские, информационные единицы, их сочетания в рыночных структурах, так и органы государственного управления такими инновациями, которые неподвластны стихийным силам рыночного регулирования. При этом необходимо, в частности, стремиться к развитию (хотя бы в рамках ближнего зарубежья) международной структуры нововведений и системы передачи технологий, к созданию соответствующих консультационных служб, патентной системы, международных технических стандартов, усилению интеграции в инновационных процессах.

Список литературы.

1. Инновационный менеджмент. Под ред. Оголевой Л.Н. М.: ИНФРА-М, 2001.
2. Колонтай М.М. Инновационный менеджмент. Мн.: БГЭУ, 1997.
3. Товстых Л.Е. Виртуальный инновационный консалтинг – новый вид бизнеса для российских университетов // Инновации, №1-2 (28-29), 2000.
4. Инновационный менеджмент. Под ред. Ильенковой С.Д. М.: «Банки и биржи» ЮНИТИ, 1997.
5. Иванова Н. Инновационная сфера: итоги столетия // Мировая экономика и международные отношения, №8, 2001.

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В.К. Егорова

*УО «Витебский государственный технологический
университет»*

За 1996-2000 годы в Беларуси сформировался негосударственный сектор экономики. В 2000г. количество частных предприятий составило 5042 единицы (число работающих в них – 249,5 тыс. человек), а на долю малых предприятий пришлось 43% общего объема произведенной промышленной продукции. В малом бизнесе, включая индивидуальных предпринимателей, занято около 8% экономически активного населения, их удельный вес в общем объеме выручки по народному хозяйству составляет 10% [1;10].

В настоящее время удельный вес негосударственных предприятий составляет около 40%, тогда как этот показатель должен возрастать за счет более высокого роста их эффективности по сравнению с предприятиями, находящимися в государственной собственности.

Для сравнения. Если количество малых и средних предприятий на 1000 жителей в странах ЕС в среднем составляет 45 единиц (при этом в Великобритании – 46, в Германии – 37, в Италии – 68, во Франции – 35), в США – 74, в Японии – 50, то в России эта цифра не превосходит 6-7, на Украине – 3,6, а в Беларуси – 2,6.

В последние годы темпы роста малого предпринимательства и его эффективности замедлились. Выручка от реализации продукции малых предприятий негосударственных форм собственности в 1999г. в сравнении с 1998г. увеличилась только на 1,2%, снизился уровень рентабельности малых предприятий с 17% в 1998г. до 15,7% в 1999г., в том числе частных – с 18,2% до 17,2% соответственно. В структуре малого бизнеса сократились количество предприятий науки и научного обслуживания с 7,4% в 1991г. до 2,2% в 1998г., вдвое уменьшился удельный вес сельскохозяйственных фирм. На прежнем уровне (около 11%) осталась доля строительных предприятий и организаций. Число субъектов малого предпринимательства в торговле, посредничестве и сфере услуг увеличилось с 7,7% в 1991г. до 51% в 1998г., в то время как доля промышленных предприятий в 1998г. была в три раза ниже (17%)[2;8].

Негативное влияние на рост численности субъектов хозяйствования оказала приостановка регистрации (перерегистрации) субъектов хозяйствования в 1999г. и выход Декрета Президента РБ от 16.03.1999г. №11 «Об упорядочении государственной регистрации и ликвидации (прекращения деятельности) субъектов хозяйствования», исполнение которого было затруднено отсутствием механизма реализации. На территории РБ значительно усложнилась деятельность предпринимательских структур, функционирующих в сфере производства, в связи с введением рентного сбора при