

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Н.А. Горелова, магистрант,

М.Т. Кознец, кандидат экономических наук, доцент,

Брестский государственный технический университет, nataxa28@mail.ru

Большая часть населения республики положительно относится к развитию предпринимательства в стране. Согласно исследованию, проводимому исследовательским центром ИПМ в Республике Беларусь - 34% респондентов ответили, предпринимательская деятельность стране идет определенно на пользу, и 42% - скорее на пользу. Лишь 9% респондентов отрицательно относятся к развитию предпринимательства в Беларуси. Однако, несмотря на положительное отношение населения к малому бизнесу, количество занятых в данном секторе экономики составляет только 9,2% (с учетом всех внешних совместителей и работающих по гражданско-правовым договорам – 11%) от общего числа занятых.

Динамика изменения численности малых предприятий и индивидуальных предпринимателей в Республике Беларусь представлена на рис. 1.

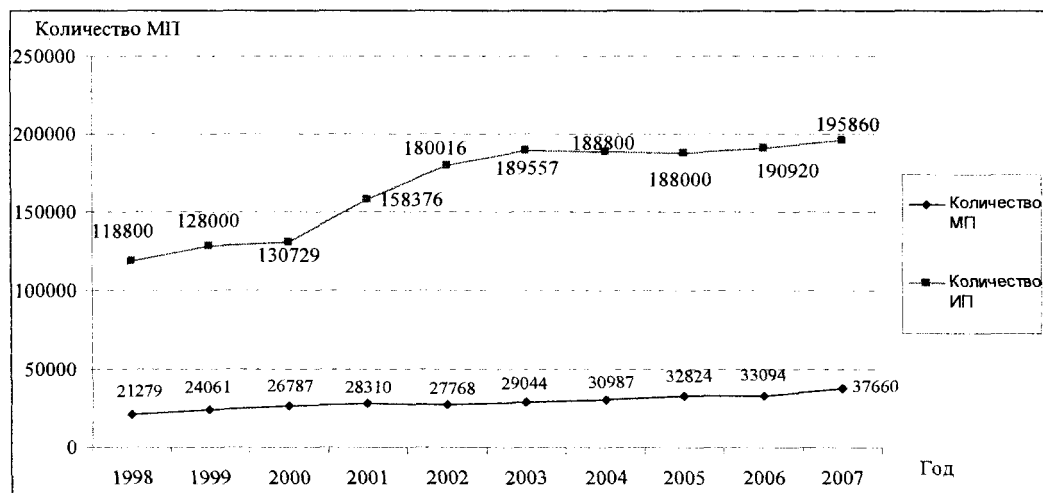


Рисунок 1 Изменение количества субъектов малого предпринимательства за период 1998-2007гг.

Стоит отметить, что за этот период в целом наблюдается положительная динамика количества малых предприятий, численность которых имеет существенные колебания в зависимости от отрасли деятельности. В Республике Беларусь, так же как и во всех промышленно развитых странах, наибольший удельный вес по количеству малых предприятий занимает торговля и общественное питание (41,2%). Далее находятся сфера промышленности (20,8%), строительства (11,5%) и транспорта (5,6%).

Основной причиной для проведения инноваций на малых предприятиях является жесткая конкуренция на внутреннем и внешнем рынках. 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 малых предприятий не обладают достаточным их количеством, то надеяться на кардинальные изменения в динамике данного процесса в ближайшее время не приходится.

Существует также ряд других причин, негативно влияющих на развитие инновационных процессов, особенно на малых предприятиях. Факторы, сдерживающие инновационную деятельность, можно расположить следующим образом (по степени значимости для предприятий): недостаток собственных финансовых средств - 42%; неприемлемые условия кредитования - 17%; недостаток инвестиций - 16%; сложности в получении кредитов - 11%; отсутствие необходимого оборудования - 9%; несовершенство информационной системы - 5%.

Одним из способов стать производителем новейшего продукта, а не шаблонного, для малых предприятий Республики Беларусь является узкая специализация на одном-двух продуктах с использованием лицензий и патентов на только появившиеся технологии и продукты. Здесь белорусские малые предприятия, как правило, сталкиваются с недостаточной информационной базой. 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). Этот вид бизнеса реально может помочь малым предприятиям 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.

Список использованных источников:

3. Малый и средний бизнес в Беларуси. Материалы, подготовленные при информационной поддержке Международной финансовой корпорации, 2005.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь. - Мн.: Минстат, 2008.
5. Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями. - Спб.: Питер, 2001.
6. Товстых Л.В. Виртуальный инновационный консалтинг - новый вид бизнеса для российских университетов // Инновации. - №1-2 (28-29), 2000.
7. Экономические ценности населения Беларуси. Опрос проведен Консалтинговым центром ИПМ - июль 2006 г. (опрошено 1000 респондентов) // <http://research.by/rus/surveys/a55e7d6acc77cea.html>.