

на предпроектной и проектной стадиях инновационного цикла [2].

Задача креативного менеджмента – формирование *новых конкурентоспособных идей* и поиск инновационных *конструкторских решений* на предпроектной и проектной стадиях инновационных проектов, направленных на достижение успеха предприятия, организации, фирмы на рынке.

Креативный менеджмент направлен на решение проблем и задач *инновационного развития* на основе системного анализа, сетевого, коллективного мышления и использования специальных *креативных методов* разработки инноваций.

К этим методам относятся [2]:

1. *Методы, ориентированные на внешнюю среду предприятия.*

Это все методы маркетинговых исследований связанные сбором первичной информации о рынке, в т.ч.: анкетирование потребителей, клиентов, дилеров, дистрибьютеров, других посредников, поставщиков, экспертные оценки специалистов, метод фокус-групп, SWOT – анализ, ABC – анализ, маркетинговые эксперименты и наблюдения. Эти методы должны стимулировать формирование новых идей у разработчиков и респондентов, способствующих развитию предприятия и его товаров.

2. *Методы, ориентированные на персонал предприятия.* Они нацелены на формирование новых идей у специалистов предприятия на предпроектной и проектной стадиях инновационного цикла.

К ним относятся: мозговой штурм, обратная мозговая атака, корабельный совет, аналогии, синектика, конференция идей; списки контрольных вопросов, метод РВС, морфологический анализ, функциональный анализ, функциональный метод проектирования Мэтчетта, метод фокусных объектов, метод гирлянд ассоциаций и метафор, метод многократного последовательного классифицирования, метод синтеза оптимальных форм; функционально-стоимостной анализ (ФСА), функционально-физический метод поискового конструирования Р. Колера, теория и алгоритм решения изобретательских задач Г.С. Альтшуллера (ТРИЗ и АРИЗ).

Применение методов креативного менеджмента значительно повышает эффективность разработки и реализации инновационных проектов на предприятиях.

Для повышения эффективности управления инновационной деятельностью на предприятиях приборостроения должны быть созданы *отделы научно-технического (инновационного) развития* предприятий. Эти отделы должны обеспечивать планирование, организацию и координацию выполнения инновационных проектов по разработке новой и совершенствованию выпускаемой продукции и по модернизации и совершенствованию производства изделий.

1. ГОСТ 31279-2004. Межгосударственный стандарт. Инновационная деятельность. Термины и определения.
2. Журавлев, В.А. Креативный менеджмент и инновации / В.А. Журавлев В.А. – Мн.: Право и экономика, 2009. – 111 с.

УДК 658

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МАЛЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Журба Я.А.

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь*

Развитие предпринимательства является приоритетным направлением государственной структурной политики, обеспечивающим повышение эффективности экономики.

Главной целью изменения производственных отношений является повышение эффективности общественного производства. В системе реформирования особое место занимает решение проблем развития малого и среднего предпринимательства, создание и развитие рыночной инфраструктуры.

Государство активно содействует формированию новых экономических отношений, обеспечивающих учреждение, поддержку и функционирование частного предпринимательства, преобразование государственных предприятий и

собственности. Со стороны государства осуществляется жесткий контроль за соблюдением субъектами хозяйствования законодательно закрепленных положений на рынках не только продукции, но и денег, труда, капиталов, а также прав собственности на рынках.

Рыночные преобразования в республике проходят по тем же правилам, что и в других странах СНГ. Формируется открытая рыночная, многоукладная экономика. Особенностью преобразований в Беларуси является то, что она имеет самый большой государственный сектор из всех реформируемых государств СНГ, Центральной, Восточной Европы и Балтии.

Зарождению предпринимательства в Республике Беларусь предшествовал эксперименталь-

ный этап (1986-1987 гг.), когда в 1986 г. в СССР был принят закон "Об индивидуальной трудовой деятельности" и стали активно развиваться центры научно-технического творчества (НТТ) и временные творческие коллективы (ВТК), которые дали возможность реализоваться предпринимательскому потенциалу.

За последние десять с небольшим лет предпринимательство в республике прошло следующие основные этапы.

В целом, несмотря на то, что опыт становления и развития предпринимательства в Республике Беларусь имеет свои специфические черты, он свидетельствует о том, что малые и средние негосударственные предприятия - важный ресурс экономического роста, источник повышения производительности труда.

Одним из приоритетов экономической политики РБ является поддержка субъектов малого предпринимательства, в том числе предпринимателей без образования юридического лица. В частности, государством предусматривается оказание финансовой поддержки безработным, решившим заниматься предпринимательской деятельностью. Однако начало деятельности и формирование постоянного источника доходов данной категории работающих - это не одно и то же. Устойчивость начатого дела зависит не только от способностей его участников, но и от финансово-кредитной политики и налоговой среды, в которой осуществляется данная экономическая деятельность. Так, например, доходы от валютных операций, связанных с получением курсовой

разницы; проценты по вкладам и другие доходы, которые до сих пор не облагаются налогом в развитых странах, подлежат налогообложению в Республике Беларусь.

В последнее время наблюдается концентрация субъектов малого предпринимательства в коммерческой сфере, а не в производстве. Объясняется это большей сложностью организации производственной деятельности, чем других сфер бизнеса, большим объемом необходимого начального капитала, большей длительностью срока оборота средств по сравнению, например, с торговлей, что в условиях гиперинфляции сводит на нет усилия предпринимателей. Существование в некоторых случаях неравных условий для частного и государственного секторов экономики приводит к возникновению значительных проблем с материально-техническим обеспечением в связи с приоритетом в этой области государственных предприятий (выделение квот, лимитов, дотаций).

С целью активизации привлечения инвестиций и для поддержки предпринимательства на территории Беларуси созданы свободные экономические зоны (СЭЗ).

Созданию в Беларуси ИП и СП, привлечению прямых иностранных инвестиций способствует ее географическое положение (как небольшого трансграничного государства между промышленно развитыми странами Евросоюза и богатой ресурсами Россией), а также структура национальной промышленности и экспорта с высокой долей машиностроительной продукции.

УДК 334.732

СОЗДАНИЕ НОВЫХ МОДЕЛЕЙ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Журкевич М.В., Алексеев Ю.Г.

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь*

Для создания и развития малого и среднего предпринимательства чрезвычайно важна финансовая поддержка на начальном этапе. Банки отказываются кредитовать многие предприятия, находящиеся на начальном этапе развития, относя их к высокорисковым вложениям. Специалисты венчурных фондов, банков, крупных компаний, успешные бизнес ангелы отмечают следующие проблемы: недостаточно развит сервис по сведению проектных команд с потенциальными инвесторами, нет системы привлечения денежных средств физических лиц для целевого финансирования конкретных инновационных проектов.

Одним из выходов из ситуации является создание краудфандинговых платформ. Это позволит использовать технологии для облегчения движения капитала и других ресурсов для созда-

ния предприятий малого бизнеса, в том числе в тех случаях, когда банки отказывают в кредитовании. Суть краудфандинговой платформы в том, что она позволяет размещать ваши идеи реализации коммерческого предприятия онлайн, а затем обеспечивает инвесторам возможность приобретать акции или доли в создающейся компании. Платформа является посредником между предпринимателями и инвесторами. Еще одно преимущество краудфандинга по сравнению с традиционными займами это возможность предпринимателей оценить общественный интерес к своей продукции. Краудфандинговая платформа – Интернет сервис по сбору средств на коммерческие и благотворительные цели. [1]

Цели для сбора средств могут быть совершенно разными, например поддержка со стороны поклонников музыкальной группы; под-