

вационной экономике: экономические и правовые аспекты: материалы III межвуз. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов и студентов; Могилев, 24 апр. 2014 г. / редкол.: И. В. Божков [и др.]. – Могилев: МФ БИП, 2014.

3. *Станкевич, В. И.* Пути формирования организационно-экономического механизма адаптации предприятий к условиям внешней среды / В. И. Станкевич // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов VIII междунар. науч.-практ. конф., Пинск, 17 окт. 2014 г./ М-во образ. Респ. Беларусь [и др.]; редкол.: К. К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2014 – 194 с.

Т. А. Степанова, О. В. Сюзьева
Украина, Донецк

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Предприятия малого бизнеса являются важной частью национальной экономики, поскольку именно они снижают социальную напряженность, обеспечивая занятость экономически активного населения, которое не задействовано на крупных и средних предприятиях. Вклад малых предприятий в ВВП развитых стран составляет достаточно весомую часть: США – 50 %, Япония – 70 %, Германия – 48 %. Вместе с тем, функционирование малых предприятий связано с более высоким уровнем риска, поскольку такие предприятия вынуждены существовать в условиях высокой конкуренции, неопределенности перспектив развития и состояния внешней среды.

Проблемы развития малого предпринимательства рассматривали многие ученые и практики: З. С. Варналий, В. М. Владова, П. Друккер, Н. Н. Ермашенко, Е. Красникова, Ю. М. Осипова, А. В. Шегда и др. Но следует отметить, что предприниматели зачастую не имеют финансовых ресурсов для развития, а также не располагают необходимым интеллектуальным потенциалом, что накладывает определенные ограничения на возможности развития малых предприятий. В этом плане возможности субъектов малого бизнеса могут существенно возрасти, если они будут использовать различные инновации. Однако инновации, требующие сравнительно высоких для малых предприятий капитальных вложений, им вряд ли доступны, так как собственные ресурсы ограничены, а заемные средства представляются

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by

на платной возвратной основе на конкретный срок. Поэтому наиболее перспективными для малого бизнеса являются инновации, требующие минимальных или экономически обоснованных приемлемых для предприятия затрат, ориентированные на конкретный потребительский спрос и срок внедрения, а также достаточно хорошо зарекомендовавшие себя в хозяйственной практике. Такие инновационные модели развития могут предоставляться предприятию в рамках франчайзинга.

Франчайзинг – это коммерческая инновация, способствующая быстрому эффективному продвижению новых предпринимательских идей. Сущность франчайзинга состоит в предоставлении одним субъектом предпринимательской деятельности (франчайзером) права на осуществление определенной деятельности с использованием его торговой марки, технологий, ноу-хау и других объектов интеллектуальной собственности другому субъекту предпринимательства (франчайзи) на протяжении установленного срока на ограниченной территории и на определенных условиях (франшизы) [1]. Для активного использования франчайзинга в хозяйственной деятельности малому предприятию необходимо ясно представлять механизм его действия, реалистически оценивать мотивы и интересы сторон, конечную эффективность, которая формируется под воздействием изменений внешних и собственных возможностей субъектов хозяйствования, участвующих во франчайзинговой сделке. Проведение предварительной оценки альтернативных вариантов франчайзингового сотрудничества, их эффективности, возможных последствий реализации и развития франчайзинговых схем позволяет обосновать выбор наиболее приемлемого варианта, учесть воздействие рисков, имеющих в стартовых условиях внешней среды, а также возникающих по мере осуществления франчайзингового проекта.

В системе построения франчайзинговых отношений каждая из сторон этого процесса берет на себя определенные обязательства. Так, франчайзер определяет место осуществления франчайзинга, осуществляет подготовку персонала предприятия – получателя франшизы, а также привязку типового проекта франчайзинга к особенностям конкретного субъекта хозяйствования и разработку соответствующего плана маркетинговых мероприятий. Франчайзи осуществляет внедрение новых технологий, установку оборудования, управление материальными

ресурсами, выполнение плана маркетинговых мероприятий, контролирует хозяйственную деятельность своего предприятия в соответствии с требованиями франчайзера.

Благодаря такому сотрудничеству франчайзер развивает, укрепляет и совершенствует свои компетенции в выбранном направлении деятельности (сфере влияния), а франчайзи принимает управленческие решения прогрессивного характера по осуществлению деятельности, исходя из четких целевых ориентиров и временных параметров с конкретными результатами по этапам процесса продвижения инновации с помощью франчайзинга. Весь процесс дает положительные результаты обеим сторонам: франчайзер продвигает свои инновационные идеи (производственные технологии, оборудование, продукцию, услуги и др.), а франчайзи получает ранее недоступные ему инновации, активно их применяет, а также при желании их совершенствует и развивает [2].

При подготовке к принятию управленческих решений, направленных на разработку, приобретение и использование инноваций в рамках франчайзинга, которые могут существенно повлиять на деятельность малого предприятия, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе, важно отслеживать получение запланированных результатов на всех стадиях и фазах осуществления франчайзинга. Особенности принятия решений по конкретной инновации зависят от степени достижимости прогнозируемых результатов на всех стадиях осуществления процесса. В этом плане субъект хозяйствования должен определиться с масштабами принимаемого решения исходя из миссии предприятия, имеющихся возможностей и конкретной поставленной цели инновационного характера. Высокое качество и обоснованность управленческого решения базируются на изучении возможных альтернатив развития исходя из различных вариантов принимаемых решений.

Повышение вероятности достижения запланированного результата на каждой стадии и конкретной фазе процесса франчайзинга обеспечивается путем отслеживания степени соответствия полученного результата желаемому, а при отклонении в негативную сторону – своевременного принятия решения, корректирующего процесс в соответствии с целевой установкой.

Для обеспечения оперативности корректировок при проектировании франчайзинговой сделки необходимо четко указать

конкретные результаты на всех стадиях, ресурсы и их источники для выполнения поставленных заданий, временные рамки процесса, конкретных исполнителей, а также ответственных за отклонения от установленных параметров. При отсутствии такой информации предприятие может столкнуться с угрозой недостижения запланированных результатов, а в дальнейшем – с проблемой невозможности выполнить свои обязательства перед заказчиками или потребителями, а также – перед франчайзером.

Таким образом, можно отметить, что в современных условиях хозяйствования предприятия малого бизнеса являются важной частью национальной экономики, однако постоянно сталкиваются с угрозами внешней среды, которые негативно влияют на показатели деятельности таких предприятий. Для усиления своих возможностей и повышения вероятности достижения положительных результатов функционирования малым предприятиям целесообразно развивать свою деятельность на основе франчайзинга. Принятие заимствованной инновационной модели развития на платной основе позволит существенно активизировать деятельность малых предприятий, в особенности в инновационном плане. Вариативная часть модели развития, связанная со спецификой функционирования франчайзи, его рынками сбыта, периодичностью и размером платежей и другими аспектами конкретной деятельности по продвижению инновации, предоставляет субъектам хозяйствования необходимую в рыночных условиях гибкость, позволяющую им адаптироваться к любым изменениям состояния внешней среды.

Осуществление франчайзинга позволит внедрять различные инновации большему количеству малых предприятий, при возможности совершенствовать эти инновации, а также обеспечить уверенность в улучшении показателей своей деятельности за счет достижения положительных результатов внедрения новых технологических процессов, производства продукции, предоставления услуг и продвижения других новаций.

Список использованных источников

1. *Спинелли-мл., С.* Франчайзинг – путь к богатству / С. Спинелли-мл., Р. М. Розенберг, С. Берли. – СПб., 2007. – 382 с.
2. *Степанова, Т. А.* Современное состояние и перспективы развития франчайзинга в сфере малого предпринимательства / Т. А. Степа-

нова, А. С. Квнлннскннн // Теорія та практика ринкових перетворень: економічний та соціальний контекст: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 20–22 березня 2008 р. Том II. – Вінниця: ВІЕ ТНЕУ, 2008. – С. 92–97.

Г. В. Столяров

Российская Федерация, Новозыбков

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В АПК РОССИИ

В рыночных условиях необходимы поиск и применение действенных экономических рычагов, которые побуждали бы предприятия снижать себестоимость, внедрять инновационные технологии, увеличивать производство высококачественной и конкурентоспособной продукции, пользующейся спросом на внутреннем и внешнем рынках.

Инновационная деятельность предприятий агропромышленного комплекса (АПК) России предусматривает повышение технико-технологического уровня производства, включая проведение маркетинговых исследований рынков сбыта, поиск новаторских идей и партнеров, материальное стимулирование творчества персонала и т. д. Другими словами, инновационное развитие предприятий АПК невозможно без вложения средств в модернизацию, обновление производства, повышение качества товара.

Инновационный процесс в АПК связан с производством разнообразных видов сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки. При этом производственные технологии значительно зависят от природных условий. Для аграрной сферы характерны высокая степень территориальной разобщенности производства и существенные различия его условий по отдельным регионам. Более того, сельскохозяйственные предприятия обособлены от организаций, производящих научно-техническую продукцию. Последняя представляет собой различного рода знания, монополизированные их владельцами через авторские и патентные права (к такой продукции, например, относятся конструкторско-технологическая документация, программные продукты, а также знания, опыт и консультирование в области маркетинга, проектного управления и других научно-технических услуг).

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.° 179

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by