

В качестве создания благоприятной почвы для реализации инновационных проектов стоит пересмотреть НИС, рассмотреть улучшение налоговых условий инновационной деятельности, непосредственное участие со стороны государства, а также привлечение зарубежных инвестиций с целью создания так называемых фьючерсных фондов.

Обозначив основные проблемы стартапов, автор предлагает рассмотреть некоторые рекомендации по интенсификации исполнения «Стратегии инновационного развития Республики Беларусь на период до 2020 года» по направлению «Инновационный бизнес»:

1. Расширение набора и эффективности инструментов государственной поддержки экспортной деятельности предприятий, создающих и выпускающих инновационную продукцию.

2. Совершенствование системы финансирования НИОКР за счет вовлечения ассоциаций бизнеса в процесс подготовки конкурсной документации и выбора победителей.

3. Стимулирование частно-государственного партнерства и инвестиций бизнеса в целях повышения квалификации и переподготовки технических специалистов.

4. Увеличение доступности инвестиций самых ранних стадий для субъектов инновационной деятельности (в том числе в регионах).

*Е.С. Пономарева, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

РОЛЬ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ

По мере развития новых технологий и массовых продуктов, предлагаемых клиентам банками, бизнес становится все более сложным. Увеличиваются объемы операций, растет число их видов, возрастает количество структурных подразделений банка, усложняется операционная среда. Отсюда вытекает необходимость адекватной организации бизнес-процессов и неразрывно связанная с этим задача применения современных методов и инструментов управления деятельностью кредитной организации для повышения качества обслуживания клиентов и обеспечения эффективного функционирования банка.

Одним из таких методов, к которому в настоящее время проявляется повышенный интерес, является реинжиниринг бизнес-процессов.

Согласно определению М. Хаммера и Д. Чампи, приведенному в книге «Реинжиниринг корпораций: манифест революции в бизнесе», реинжиниринг бизнес-процессов (BPR — Business process reengineering) есть «фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения коренных улучшений в основных показателях деятельности предприятия».

Основными целями реинжиниринга бизнес-процессов являются: целостное и системное моделирование и реорганизация материальных, финансовых и информационных потоков, направленная на упрощение организационной структуры, перераспределение и минимизацию использования различных ресурсов, сокращение сроков реализации потребностей клиентов, повышение качества их обслуживания.

Для банков с высокой степенью диверсификации бизнеса и многообразием контрагентов реинжиниринг бизнес-процессов позволяет решить следующие задачи:

- 1) определение оптимальной последовательности выполняемых функций;
- 2) оптимизация использования ресурсов в различных бизнес-процессах;
- 3) построение адаптивных бизнес-процессов в условиях динамичности внешней среды;
- 4) определение рациональных схем взаимодействия структурных подразделений.

Решение указанных задач обеспечит повышение качества и ускорение темпов обслуживания клиентов, минимизацию стоимости банковских услуг и продуктов, улучшение сервиса, оптимизацию финансовых потоков и, как следствие, рост прибыли и собственного капитала банка.

*В.С. Протасеня, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ДИФФУЗИЯ ИННОВАЦИЙ: РОЛЬ МАРКЕТИНГА

Любое нововведение (инновация) представляет собой результат комплекса взаимосвязанных действий, определяемого как инновационный процесс. Инновационный процесс в свою очередь есть творческий процесс преобразования научного знания в требуемые рынком продукты и услуги. Вместе с тем инновационный процесс состоит из стадий и включенных в них этапов. Выделяют пять основных стадий: 1) инициации, 2) создания, 3) освоения, 4) рыночную стадию и 5) потребления. Последние две стадии определяют как диффузию (с латыни — распространение, растекание) инноваций. Таким образом, инновационный процесс заканчивается диффузией — распространением однажды освоенной инновации на новых рынках и регионах и в новых экономических условиях.

Вместе с тем диффузия инновации есть прежде всего передача и распространение информации, формы и скорость которых зависят: а) от мощности и эффективности коммуникативных каналов субъектов хозяйствования; б) особенностей восприятия информации хозяйствующими субъектами; в) подготовленности хозяйствующих субъектов к практическому использованию полученной информации.