

zużycia paliw płynnych. Sprzedaż oleju napędowego pozostała bez zmian, natomiast reszta paliw (poza paliwem lotniczym JET) odnotowała spadki w stosunku do roku poprzedniego – szczególnie olejów opałowych. Rok 2015 natomiast okazał się przełomowy – zauważono istotny wzrost w stosunku do roku 2014. Poza ciężkim olejem opałowym, wszystkie paliwa sprzedawały się lepiej, w szczególności olej napędowy i po raz pierwszy od pięciu lat – benzyny silnikowe. Na rynku paliw silnikowych odnotowano wzrost o 7%, a na rynku pozostałych paliw ciekłych o 5% [1].

Konsumpcję paliw płynnych w Polsce w latach 2010-2015 przedstawiono w tabeli.

Tabela – Konsumpcja krajowa paliw płynnych w Polsce w latach 2010 – 2015 [tys. m³].

Rodzaje paliwa	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Olej napędowy	14 623	15 809	14 293	13 426	13 651	14 830
Benzyny silnikowe	5 557	5 309	5 036	4 926	4 841	5048
Gaz płynny LPG	4 038	3 883	4 045	4 209	4 169	4 275
Paliwo lotnicze JET	581	606	616	676	761	787
Lekki olej opałowy	1 454	1 293	1 114	998	843	879
Ciężki olej opałowy	720	673	711	641	534	193
Suma:	26 973	27 573	25 815	24 876	24 799	26 012

Zródło: Opracowanie własne na podstawie danych POPiHN.

Literatura:

1 Przemysł i handel naftowy [Electronic resource] : raport roczny / Polska Organizacja Przemysłu i Handlu Naftowego. – 2010-2015 – Mode of access: <http://www.popihn.pl/raporty2.php>. – Date of access: 5.07.2016.

Е.И. Сологуб

*УО «Белорусский государственный технологический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Вопросы повышения эффективности инновационной деятельности в последнее время становятся все более актуальными. В

условиях рыночной экономики инновации становятся оружием конкуренции, как стран, так и отдельных предприятий.

Ф. Янсен в своей книге «Эпоха инноваций» отмечает, что победить в конкурентной борьбе можно лишь предлагая новую, более качественную продукцию раньше, чем конкурент. Появился «эффект Красной королевы», названный так в честь персонажа из повести Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес», сказавшего: «Здесь, чтобы остаться на прежнем месте, надо бежать изо всех сил» [1].

Кроме того, внедрение инноваций позволяет перейти от экстенсивного экономического роста к интенсивному, что в условиях ограниченности ресурсов имеет важное значение. Таким образом, нужно отметить значимость инновационной деятельности, как для государства, так и для отдельно взятого хозяйствующего субъекта.

Предприятие, являясь производственной системой, состоит из множества отделов и подразделений, которые можно назвать внутренней или микросредой предприятия. Однако в то же время предприятие также является элементом системы «Национальная экономика», которую можно назвать внешней или макросредой.

Только при взаимодействии внутренней и внешней среды предприятие способно работать, т.к. из внешней среды оно получает различные виды ресурсов (материальные, трудовые, информационные, финансовые и т.д.), а во внутренней среде происходит сам процесс производства. Готовая продукция также направляется в макросреду. Поэтому мероприятия направленные на повышение эффективности инновационно-инвестиционной деятельности целесообразно разделить на мероприятия на макроуровне и мероприятия на микроуровне.

Мероприятия на макроуровне являются более сложными в исполнении, т.к. не зависят от самого предприятия. Однако они оказывают влияния на всю экономическую систему государства, и таким образом являются более эффективными.

На государственном уровне в инновационной сфере можно выделить следующие проблемы:

- неполнота нормативно-правовой базы в сфере инноваций;
- несовершенство бизнес-среды;
- нехватка средств для финансирования инноваций;
- слаборазвитый финансовый рынок и отсутствие венчурного капитала;

- несовершенство системы защиты прав интеллектуальной собственности, пиратство, контрафакт;
- недостаточная заинтересованность научных работников в создании инноваций и др.

Для их решения можно использовать следующие мероприятия:

- реформирование и совершенствование государственной политики и нормативно-правовой базы в целях достижения благоприятной среды для инновационной деятельности;
- прямое государственное стимулирование (государственные инвестиции, субсидии, гранты);
- косвенное государственное стимулирование (налоговые льготы, создание и поддержание инновационной инфраструктуры);
- создание гибкой системы регулирования и защиты прав интеллектуальной собственности;
- развитие информационно-коммуникационных технологий в инновационной сфере;
- развитие финансового рынка и рынка венчурного капитала;
- улучшение системы образования.

Данные мероприятия позволят сделать макросреду благоприятной для инновационной деятельности. Но улучшение внешней среды не повысит эффективность инновационной деятельности предприятия, если оно само не станет инновационно-активным.

Если рассматривать микроуровень, то можно выделить следующие факторы, сдерживающие инновационную активность предприятия:

- нехватка собственных средств на финансирование инноваций;
- недостаточная заинтересованность руководства и специалистов во внедрении инноваций;
- недостаточная для внедрения инноваций квалификация работников;
- отсутствие мониторинга научных исследований и т.д.

Для решения данных проблем можно провести следующие мероприятия:

- стимулирование работников предприятия к инновационной деятельности;

– создание на предприятии структурных подразделений, занимающихся мониторингом, планированием, организацией и контролем инновационной деятельности;

– постоянное переобучение и повышение квалификации кадрового состава.

Данные меры способны повысить инновационную активность на уровне предприятия, однако они не принесут значительных результатов без благоприятной внешней среды.

Таким образом, необходимо сделать вывод, что для стимулирования инновационной деятельности на промышленных предприятиях необходимо создать благоприятную для инновационной деятельности внешнюю среду и повысить инновационную активность самих предприятий. Этого можно достичь путем проведения мероприятий на микро- и макроуровнях.

Литература:

1 Янсен, Ф. Эпоха инноваций. Как заниматься бизнесом творчески постоянно, а не от случая к случаю/ Ф. Янсен. – М. : Инфра-М, 2002. – 308 с.

С.В. Соркин

*УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
(Республика Беларусь, Гродно)*

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В 2014 – 2015 гг.

К субъектам малого предпринимательства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь: индивидуальные предприниматели; микроорганизации – коммерческие организации со средней численностью работников до 15 человек включительно и малые организации – коммерческие организации со средней численностью работников от 16 до 100 человек включительно [1].