

строительства. Вместе с тем для этапа роста характерна тенденция к быстрому занятию ниши на рынке, к легкому получению денег, а не стремления к качественному результату.

Открывая перед пользователями значительные возможности, глобальная сеть Интернет одновременно делает локальные сети предприятий уязвимыми к несанкционированному доступу. Интернет-технологии изменили не только подходы организаций к ведению бизнеса, но и их отношение к обеспечению сетевой безопасности. Для того, чтобы политика безопасности предприятия была эффективной, она должна включать в себя широкий спектр технологий обеспечения информационной безопасности, которые управляют доступом к информационным ресурсам, контролируют целостность и подлинность информации и сетевых соединений, проходящих как через Интернет, так и через внутренние сети организации и ее партнеров. Устройствами, обеспечивающими основу безопасности, являются межсетевые экраны, основная задача которых — анализ трафика “на лету” и фильтрация его по заданным правилам.

<http://edoc.bseu.by>

А.Ф.Зубрицкий, Т.С. Жук

Белорусская государственная политехническая академия (Минск)

ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В современных условиях в Республике Беларусь сложилась сложное финансовое положение субъектов хозяйствования. Оно обусловлено такими причинами, как: высокой уровень инфляции, отток высококвалифицированных специалистов из сферы производства в сферу обращения товаров, наплыв на отечественные рынки более дешевой продукции зарубежных производителей и другие. Выходом из данной ситуации является развитие инновационной деятельности, что позволит белорусскому предпринимателю производить продукцию, которая являлась бы конкурентоспособной на мировом рынке, как по цене, так и по качеству.

К сожалению, развитие этого вида деятельности сдерживается не только недостаточностью собственных финансовых ресурсов и отсутствием зарубежных инвестиций, но и недостаточной проработкой вопросов управления инновационной деятельностью на государственном уровне.

Инновационный менеджмент представляет собой общественный, технико-экономический процесс, направленный на практическое использование идей и изобре-

тений, приводящий к созданию лучших по своим свойствам изделия, технологий и, если инновация ориентирована на экономическую выгоду, - росту прибыли.

Высокая степень неопределенности конечных результатов инновационной деятельности характеризуется повышенным риском при вложении средств в разработку и производство новой продукции и услуг, создание высоких технологий. Для разрешения сложившейся ситуации и был разработан механизм венчурного финансирования.

Механизм венчурной деятельности может эффективно функционировать в том случае, если его действия обеспечиваются, во-первых, влиянием рыночных факторов, во-вторых, создание государством благоприятного климата для развития венчура, в-третьих, наличием активных горизонтальных связей, создающих основу для развития партнерства.

Л.В. Зябрева
Гомельский кооперативный институт (Гомель)

РОЛЬ ВЫСШЕГО РУКОВОДСТВА КОМПАНИИ ВО ВНЕДРЕНИИ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Во многих развитых странах одним из факторов, стимулирующих рыночную ориентацию компании, является большой процент в руководстве фирм специалистов по маркетингу или предпринимателей, искушенных в маркетинге. Как правило, их отличает способность порождать идеи, управлять ими и заставлять их работать, используя известные факты о рынке, творческую энергию, личную одержимость. Такие качества руководителей заражают примером и побуждают все предприятие стремиться к большей конкурентоспособности.

В Белоруссии ситуация несколько иная. Во-первых, многие руководители предприятий не связывают с предприятием свои личные цели и планы. В таком случае, чаще всего, компания не в состоянии определить свои собственные интересы. Процесс принятия решений и управление без увлеченного идеей и заинтересованного лидера увязает в политических склоках между различными отделами внутри предприятия. Во-вторых, часть отечественных руководителей сами не до конца понимают суть маркетинга и поэтому не способны донести до коллектива его конструктивные и творческие начала.

Неправильное понимание истинных возможностей маркетинга основано на весьма распространенных, но ошибочных взглядах этих руководителей на маркетинг.