

ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целевая функция инновационной деятельности — обеспечение устойчивого развития страны. Предъявляются повышенные требования к Правительству (прежде всего — в аспекте социального развития и природоохранной деятельности). Современное инновационное развитие предполагает организацию научного предвидения. Обоснованные прогнозы технико-технологических социальных сдвигов необходимы для того, чтобы избежать перерасхода ресурсов, не оправдавших ожиданий и даже тупика в развитии.

Мировая практика показывает, что задачу финансирования инновационной деятельности наиболее эффективно решают венчурные организации. Основными направлениями этой организации являются: инновационная деятельность в сфере создания и реализации инноваций, отбор инновационных проектов, финансирование данных проектов. Венчурные фонды существуют лишь в странах, экономика которых весьма насыщена деньгами (монетизирована).

В Беларуси этот коэффициент колеблется около 15 %, в то время как в развитых странах Запада достигает 100 %. Наше государство занимается оптимизацией денежного обращения, валютными отношениями и рядом инноваций в банковской сфере. Все это позволяет увеличить монетизацию экономики и создать венчурный фонд, что сделает кредиты доступными для белорусских предприятий и создаст условия для развития высокотехнологичных отраслей. Сейчас доступ к кредитным ресурсам существенно затруднен, например, из-за отсутствия ликвидных активов для залога.

Известно, что в силу специфики высокотехнологичного бизнеса у него редко бывают ликвидные и дорогие основные фонды на этапе развертывания бизнеса. Такие активы, как, например, компьютеры, быстро обесцениваются, потому банки неохотно дают под них кредит. А под такой актив, как высокопрофессиональная команда, наработанные связи и хорошая репутация среди заказчиков и партнеров, банки вообще почему-то отказываются выделять средства.

Сектор корпоративных ценных бумаг в силу определенных обстоятельств у нас в стране развития не получил. Поэтому появление венчурного фонда с понятными и прозрачными условиями финансирования означало бы создание действительно привлекательных условий для развития в стране высокотехнологичного бизнеса.

По мнению экспертов Всемирного банка, пороговой величиной, свидетельствующей о том, что страна успешно пережила ряд рыночных преобразований и в ней созданы благоприятные условия для бизнеса и эффективного использования инвестиций, является состояние экономики, когда доля малого бизнеса достигает примерно 40 % общей численности занятых.

В настоящее время в Беларуси зарегистрировано 88 тыс. юридических лиц. В общем количестве зарегистрированных предприятий коммерческие занимают 63,8 %. На микроуровне основные элементы делового климата — это: быстрая и дешевая процедура регистрации бизнеса, гибкий рынок труда, эффективная система регистрации собственности, прозрачные механизмы получения кредита, защита прав инвесторов, исполнение контрактов, закрытие бизнеса. Если Беларусь будет придерживаться вышеперечисленных факторов, то она увеличит ежегодные темпы экономического роста на 2,5—3 % и прирастет, как минимум, 100 тысячами новых рабочих мест в течение 2—3 лет.

В нынешнем году количество субъектов малого бизнеса составило 32,8 тыс. единиц, или 58,5 % общего числа коммерческих предприятий. Вклад малых предприятий в экономику страны — 8,8 % ВВП, 7,1 % — промышленной продукции. В связи с Декретом Президента Республики Беларусь от 22.09.2004 г. № 12 многие юридические лица, даже не имеющие статуса резидентов Парка Высоких Технологий, смогут воспользоваться рядом налоговых льгот. Новый механизм финансирования инновационной деятельности предполагает существенный рост внебюджетных средств, направляемых на исследования, разработки и внедрение.

Поставлена задача -- к 2009 г. привлекать из внебюджетных источников 70 % средств всего объема финансирования науки.

Н.В. Трунина, аспирант

БГЭУ (Минск)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Оценивая состояние отечественного рекламного рынка, можно выделить ряд тенденций, которые, по нашему мнению, скорее всего будут наблюдаться в течение ближайших лет.

1. *Начнется процесс постепенного перераспределения рекламных бюджетов по регионам.* Ряд рекламодателей, сбывая свою продукцию в двух-трех регионах, до настоящего времени размещали