

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА БЕЛАРУСИ

По материалам эмпирического исследования

Д. Смолбоун, А.А. Слонимский, О.С. Лицкевич, А.А. Матрунич, Ф. Вельтер\*

Развитие сектора малых и средних предприятий (МСП) является одной из задач, стоящих перед экономиками в процессе перехода от централизованно-плановой к рыночной системе. Несмотря на то, что Беларусь немного продвинулась в этом отношении, размер сектора МСП на сегодняшний день и его качественные характеристики позволяют предполагать, что достигнута только малая часть его потенциальных возможностей.

В развитых рыночных странах объем товаров и услуг, реализуемых субъектами малого предпринимательства, варьируются от 50 до 75%, что в 5–7 раз выше, чем в Беларуси, а прирост новых рабочих мест практически на 100% обеспечивается развитием данного сектора. В Беларуси, пожалуй единственной среди более развитых бывших стран социалистического лагеря в Европе, рост ВВП не сопровождался развитием частного сектора: на субъекты частного сектора сегодня приходится около 10% занятости (и меньшая доля ВВП) [1]. Таким образом, уровень развития малого предпринимательства в Беларуси низок и соответствует начальной стадии формирования экономики рыночного типа.

Как известно, Беларусь избрала инновационный путь развития. Опыт как развитых, так и новых индустриальных стран свидетельствует о том, что именно благодаря развитию малого бизнеса они добились значительных

экономических успехов на инновационном пути развития, преодолев кризисы, связанные с перестройкой экономики. Следовательно, значение малого инновационного предпринимательства возрастает [2]. И сегодня существует острая необходимость повышения уровня инноваций в секторе малого предпринимательства Беларуси, а также осознания Правительством важности увеличения потенциального вклада данного сектора в экономику.

### *Состояние инновационного предпринимательства*

Предпринимательская деятельность, связанная с использованием научно-технических достижений, занимает в развитых странах около 10% (по числу предприятий и количеству работающих) от общего числа предприятий, относящихся к малому и среднему бизнесу. Однако по своему влиянию и эффективности воздействия на экономику она выходит на одно из первых мест.

В Республике Беларусь в 2001 г. научно-инновационной деятельностью занимались 348 из 25 404 отечественных малых предприятий, предоставивших отчеты о своей работе в органы статистики. Численность инновационно-ориентированных малых предприятий и занятых в них специалистов начиная с 1996 г. стала снижаться (табл. 1). При этом средняя численность занятых на одном научно-инновационном малом предприятии уменьшилась с 13 чел. в 1995 г. до 8 чел. в 2001 г.

Инновационное предпринимательство имеет ряд специфических черт по сравнению с предпринимательством в целом. Это прежде всего неопределенность получения положительного результата при доведении научно-технологической разработки до коммерческого продукта, длительность оборота капитала, необходимость постоянного сотрудничества с исследовательскими центрами и

\* Дэвид Смолбоун, профессор Центра исследований предприятий и экономического развития Мидлсекского университета (Лондон, Великобритания).

А. А. Слонимский, кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь.

О. С. Лицкевич, младший научный сотрудник Института экономики НАН Беларуси.

А.А. Матрунич, аспирант НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь.

Фредерике Вельтер, доктор наук, старший исследователь Рейш-Вестфальского института экономических исследований (Эссен, Германия).

## Технологические инновации в сфере малого предпринимательства Беларуси

вузами, обеспечения современным информационным сопровождением всех аспектов деятельности, подготовки и переобучения кадров. Малые инновационные фирмы Беларуси обычно работают в тех нишах, где имеет место достаточно редкое сегодня сочетание наличия разработчиков и разработок высокого научного уровня, платежеспособного спроса на технологический продукт и менеджеров, способных преодолеть многочисленные препятствия на пути от разработки до освоения. Именно необходимость такого сочетания и определила ниши научно-технического предпринимательства:

- компьютеры и информационные продукты (средства программного обеспечения и мультимедиа);
- приборостроение и электроника;
- разработка, производство и ремонт оборудования;
- здравоохранение; производство лекарств, материалов, инструментов; электронное приборостроение для медицины;
- системы безопасности жилища, офиса, человека;
- строительные технологии и материалы, инструменты, оборудование;
- биотехнологии, пищевые продукты и добавки, химические продукты;

- экология (приборы экологического контроля, энерго- и ресурсосбережения);

- проекты и опытно-конструкторские разработки, сервисные услуги и др. [5, С. 13].

Однако даже организовав производство инновационной продукции, предприниматель сталкивается с дополнительными специфическими трудностями, обусловленными:

- узким рынком высокотехнологичных продуктов;

- низкой «продвигаемостью» продуктов на внутреннем рынке по сравнению с импортными аналогами, и прежде всего из-за плохой рекламы, неграмотного маркетинга и, как правило, низкого уровня дизайна;

- существенными барьерами для выхода на международный рынок из-за отмеченных выше причин и сильного протекционизма, практикуемого большинством развитых стран;

- низкой платежеспособностью основной массы населения, предприятий и организаций и слабой восприимчивостью общества к новой инновационной продукции, пренебрежительным отношением к отечественным разработкам.

Центральное место в системе трансфера технологий в Беларуси должен занять Национальный центр трансфера технологий (НИЦТТ) как качественно новый элемент инфраструкту-

Таблица 1

### Малое инновационное предпринимательство в Республике Беларусь

Численность	1993 г.	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
Малых предприятий, ед.	11428	14165	14813	20077	22754	24061	26787	25706	25404
В том числе осуществлявших научно-техническую деятельность	560	600	507	834	601	537	503	412	348
% к общему числу малых предприятий	4,9	4,2	3,4	4,2	2,8	2,2	1,9	1,6	1,4
Работников, чел.	205803	232785	176944	220700	270200	280500	326900	291235	291500
В том числе на предприятиях, осуществлявших научно-техническую деятельность	7544	6944	6700	3400	6200	6600	5680	3160	2782
% к численности работавших на малых предприятиях	3,7	3,0	3,8	2,0	2,7	2,4	1,7	1,1	1,0

Источник. Составлено по данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

ры поддержки инновационного предпринимательства, создаваемый в рамках проекта «Совершенствование инфраструктуры поддержки инновационной деятельности в Республике Беларусь» при содействии Программы развития ООН (ПРООН) и Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО).

Концепция ЮНИДО преследует идею создания глобальной сети центров трансфера технологий, находящихся в различных странах и работающих по различным направлениям. В настоящее время более 40 научно-исследовательских институтов и около 30 университетов принимают участие в работе 9 международных технологических центров ЮНИДО, объединенных в сеть IPPN (Industrial Partnership Promotion Network) по содействию промышленному партнерству. Главными целями IPPN являются оперативное информирование всех заинтересованных предприятий и организаций о тенденциях в области инновационной политики и укрепление партнерских отношений между инновационными предприятиями во всем мире.

Беларусь может органично вписаться в эту сеть, имея развитую индустрию и большой научный потенциал в таких современных областях, как информационные технологии, электроника, технология машиностроения, лазерная техника и т.д.

Несмотря на сокращение в последние годы тенденции сокращения инновационного предпринимательства относительно всего сектора малого бизнеса в стране, при активном участии международных организаций и отечественных ведомств продолжалась работа по формированию инновационной инфраструктуры предпринимательского сектора белорусской экономики. В перспективе это может оказать положительное воздействие как на активизацию трансфера технологий из научной сферы в производственную, так и на усиление роли в этом процессе субъектов малого предпринимательства.

#### ***Уровень технологических инноваций в малом и среднем бизнесе Беларуси***

Эмпирические данные, характеризующие инновационный аспект развития малого предпринимательства (продуктовые и процессные инновации, проблемы и инфраструктуру под-

держки), взяты из материалов исследования «Инновации, малые и средние предприятия и экономическое развитие в Беларуси и Украине», проведенного нами в 2000–2002 гг.

Данные включают в себя результаты анкетного обследования 293 МСП, а также 31 углубленного интервью конкретных предприятий. Аудиторией опроса являлись собственники/руководители малого бизнеса. Предприятия были выбраны по формальным критериям проекта (число занятых – до 250 человек; преобладание частной собственности – более 50%). Основная доля МСП (75%), попавших в выборку для анкетирования, размещается в Минске, что соответствует региональной неоднородности их размещения в Беларуси.

Предприятия, участвовавшие в опросе, были разделены по виду основной продукции на три сектора: высокотехнологичный (95 предприятий – 32,4%), низкотехнологичный (94 предприятия – 32,1%) и сервисный (104 предприятия – 35,5%). Для разделения по секторам использовался международный классификатор видов продукции (НАСЕ). Кроме того, анализ проводился в разрезе групп по численности занятых на предприятии в соответствии с классификацией ЕС. По этому признаку они были разделены на микропредприятия (от 1 до 9 занятых), малые предприятия (от 10 до 49) и средние предприятия (от 50 до 249).

#### ***Продуктовые инновации***

Большинство опрошенных малых и средних предприятий считают свою продукцию инновационной в той или иной степени (86,7%). Следует отметить наличие значительных различий по секторам: в высокотехнологичном секторе все опрошенные МСП имеют инновационные продукты, в низкотехнологичном – 89,4%, в то время как в сервисном секторе только 72,1% оказывают инновационные услуги. Сосредоточенность в высокотехнологичном секторе предприятий, выпускающих новую продукцию, объясняется тем, что именно высокотехнологичные предприятия наиболее восприимчивы к инновациям. Анализ в разрезе групп МСП по численности занятых показал, что доля предприятий, выпускающих новую продукцию, растет с увеличением количества занятых: от 70,1% у микро- до 96,8% у средних предприятий.

Число инновационных продуктов/услуг на предприятиях, попавших в выборку, колеблется от 1 до 100, причем их среднее число составляет 3. По мере увеличения размера предприятия прослеживается рост числа новых продуктов из-за большей развитости их производства, лучших технических возможностей и квалификации персонала для принятия новых идей, а также более свободного доступа к финансовым ресурсам.

МСП в основном считают свою продукцию/услуги инновационными в следующих отношениях (табл. 2):

- улучшенное качество (43,3% всех предприятий);
- технологическое совершенствование (42,1%);
- полностью новый продукт/услуга (35,4%).

Несколько отличается преобладание определенных характеристик новых продуктов по секторам. Так, 60% МСП высокотехноло-

гичного сектора охарактеризовали свой продукт как полностью новый, уникальный для отрасли. Среди них, например, предприятия по выпуску режущего инструмента, оснащенного сверхтвердыми материалами, фирма по производству антифрикционных материалов, не имеющих аналогов ни в России, ни в Беларуси, ни где-либо в Европе, и др.

Многие высокотехнологичные предприятия (47,4 и 46,3%) считают свой новый продукт обладающим технологическим усовершенствованием и улучшенным качеством. Половина респондентов низкотехнологичного сектора считает, что их новые продукты обладают улучшенным качеством, и 42,9% предприятий заявляют о наличии в инновационном продукте технологического усовершенствования.

Новый дизайн традиционного продукта и использование новых материалов в инновационном продукте отметили 18,9% всех предприятий высокотехнологичного сектора. В инновационных продуктах предприятий низ-

Таблица 2

Распределение предприятий по характеристикам продукта/услуги (число МСП в выборке и % по секторам)

Характеристика продукта/услуги	Сектор						Всего	
	высоко-технологичный		низко-технологичный		сервисный			
Улучшенное качество	44	46,3%	42	50,0%	24	32,0%	110	43,3%
Технологическое усовершенствование	45	47,4%	36	42,9%	26	34,7%	107	42,1%
Полностью новый продукт/услуга, уникальный для отрасли	57	60%	15	17,9%	18	24,0%	90	35,4%
Ассортимент предлагаемых услуг	16	16,8%	14	16,7%	45	60,0%	75	29,5%
Новый дизайн традиционного продукта	18	18,9%	33	39,3%	6	8,0%	57	22,4%
Использованы новые материалы	18	18,9%	27	32,1%	12	16,0%	57	22,4%
Повышенная надежность	15	15,8%	14	16,7%	15	20,0%	44	17,3%
Новое использование технологии для снижения стоимости	19	20,0%	12	14,3%	5	6,7%	36	14,2%
Увеличенная прочность	7	7,4%	17	20,2%	0	0,0%	24	9,4%
Прочее	5	5,3%	2	2,4%	6	8,0%	13	5,1%
Упаковка, оформление	0	0%	9	10,7%	2	2,7%	11	4,3%
Нет данных	0	0%	1	1,2%	1	1,3%	2	0,8%
<b>ВСЕГО</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

Примечание. Таблица отражает только данные по фирмам, имеющим инновации. Суммы процентов по секторам не равны 100%, т.к. было возможно несколько вариантов ответа.

котехнологического сектора указанные характеристики встречаются практически в 2 раза чаще, чем в высокотехнологичном (39,3 и 31,5% соответственно).

Инновационность услуг для сервисного сектора выражается в первую очередь в расширении ассортимента предлагаемых услуг (60%). Примечательно, что 24% предприятий этого сектора считают свою продукцию/услуги уникальными для отрасли. То, что новый продукт/услуга характеризуется повышенной адаптивностью, отметили 15,8% предприятий высокотехнологического сектора, 16,7% – низкотехнологического и 20% – сервисного.

Наименее значимыми показателями в характеристике инновационности продукта являются увеличенная прочность и новая упаковка.

Несмотря на то, что почти 36% всех предприятий считают свой продукт/услугу полностью новыми, уникальными для отрасли, только 24,9% МСП имеют на них патенты или авторские свидетельства. Такая пассивность в получении документов по защите интеллектуальной собственности объясняется, в первую очередь, длительной и дорогостоящей процедурой оформления и рассмотрения заявки, для которой у предприятий часто нет средств. Кроме того, наличие таких документов в республике не всегда обеспечивает действительную охрану продукции. По этим причинам ряд новинок не патентуется, а переходит в своеобразные ноу-хау фирмы.

Большинство опрошенных считают свою продукцию инновационной главным образом на областном и республиканском рынках (85,3 и 64,2% респондентов соответственно). Продукция высокотехнологичных предприятий является уникальной в основном на местном рынке и в то же время пользуется большим спросом на рынках стран СНГ (74,7%) и западных рынках (40%) из-за высокой наукоемкости. Это свидетельствует, в свою очередь, о мощном научном потенциале и высоком уровне научно-технических разработок, в результате которых возможно создание новой конкурентоспособной на мировых рынках продукции.

### ***Процессные инновации***

Создание новых конкурентоспособных продуктов/услуг невозможно без использования прогрессивных технологий и оборудова-

ния процессных инноваций. За последние 2 года на 80,9% опрошенных предприятий было внедрено новое оборудование, причем наиболее активное участие в этом процессе принимали МСП низкотехнологического сектора (85,1%) и наименее активное – сервисные предприятия (75,0%). Можно отметить, что в большей мере внедряли новое оборудование фирмы с большим числом служащих (91,9%), чем микропредприятия (70,1%) и малые (81,3%).

Внедряемое оборудование в основном является инновационным по сравнению с оборудованием, используемым на областном (41,0%) и республиканском рынках (30,0%). Всего 15 предприятий (5,1%) отметили более высокую инновационность внедренного у себя оборудования по сравнению с используемым на Западе, 10 среди них – высокотехнологичные. 40% предприятий этого сектора считают новое оборудование инновационным на республиканском рынке, а 46,3% – на областном. Последнее косвенно говорит и о потенциально невысокой конкурентоспособности продукции этих предприятий.

Приобретение нового оборудования производится главным образом за счет собственных средств. Только одно из четырех предприятий каждого сектора привлекало с этой целью внешние источники. Естественно, что финансовые средства были необходимы в первую очередь микропредприятиям (около 34,3% их обращались за такой поддержкой) и менее всего в них пуждались малые (24,5%) и средние предприятия (25,8%).

Основными источниками финансирования при покупке оборудования стали кредиты от семьи, друзей (8,2%), покупателей (7,5%), а также кредиты отечественных банков (6,5%). Следует отметить, что данные приоритеты характерны в большей мере для низкотехнологического и сервисного секторов, где около 10% МСП каждого сектора использовали неформальные кредиты, 9,6 и 4,8% соответственно брали кредиты банка, а 7,4 и 4,8% получали кредиты от покупателей.

Высокотехнологичный сектор выделяется из общей картины. Оборудование приобретается в первую очередь за счет финансирования государственных программ (10,5%) и получения кредитов от покупателей-заказчиков (10,5%). Именно в этом секторе отмечается наибольший удельный вес предприятий со

смешанной (государственной и частной) собственностью. Другие предприятия финансировали 8,4% высокотехнологичных МСП, и 3,2% предприятий получали оборудование в рассрочку.

Ни одно из опрошенных предприятий не брало кредит в зарубежном банке. Это объясняется в первую очередь кризисной, нестабильной экономической ситуацией в республике, отсутствием благоприятного инвестиционного климата и четкого законодательства, защищающего интересы инвесторов. Последние стараются избегать вкладывать деньги в белорусский бизнес из-за высокого уровня финансового и макроэкономического риска.

Таким образом, материальная база МСП обновляется в основном оборудованием, не являющимся прогрессивным и инновационным на зарубежных производствах. Как следствие, традиционное оборудование и технологии не позволяют предприятиям производить высо-

котехнологичную, качественную и конкурентоспособную на внешних рынках продукцию.

### Проблемы разработки и реализации инноваций

Согласно эмпирическим данным, среди опрошенных не было ни одного предприятия, не столкнувшегося ни с какими барьерами при разработке и реализации новых продуктов / услуг (табл. 3).

К числу самых больших проблем 48,5% респондентов отнесли неблагоприятный экономический для инновационного предпринимательства климат; 47,4% – несовершенство законодательства (включая и налоговое); 42,3% – отсутствие финансовых средств; 19,8% – высокую степень финансового риска. Следует отметить особенную обеспокоенность последним фактором высокотехнологичных предприятий (23,2%), что неудивительно при выпуске уникальной продукции. В целом, вы-

Таблица 3

Характеристика препятствий для МСП при разработке и реализации новой продукции/услуг (число МСП в выборке и % по секторам)

Препятствия	Сектор						Всего	
	высоко-технологичный		низко-технологичный		сервисный			
Неблагоприятный экономический климат	60	63,2%	50	53,2%	32	30,8%	142	48,5%
Несовершенство законодательства	52	54,7%	50	53,2%	37	35,6%	139	47,4%
Отсутствие финансовых средств	49	51,6%	36	38,3%	39	37,5%	124	42,3%
Высокая степень финансового риска	22	23,2%	20	21,3%	16	15,4%	58	19,8%
Существующие стандарты	18	18,9%	23	24,5%	16	15,4%	57	19,5%
Отсутствие необходимых экспертов и профессионалов	9	9,5%	7	7,4%	12	11,5%	28	9,6%
Отсутствие информации о рынках	7	7,4%	10	10,6%	9	8,7%	26	8,9%
Высокая степень научно-технического риска	10	10,5%	2	2,1%	8	7,7%	20	6,8%
Недостаток необходимых бизнес-услуг	4	4,2%	6	6,4%	8	7,7%	18	6,1%
Прочие	4	4,2%	5	5,3%	9	8,7%	18	6,1%
Отсутствие технической информации	2	2,1%	6	6,4%	5	4,8%	13	4,4%
Нет данных	0	0%	0	0%	0	0%	18	6,1%
Количество фирм, имеющих инновации	95	100%	84	89,4%	75	72,1%	254	86,7%
ВСЕГО	95	100%	94	100%	104	100%	293	100%

Примечание. Суммы процентов по секторам не равны 100%, т.к. было возможно несколько вариантов ответа.

соко- и низкотехнологичные секторы указывают на аналогичные барьеры, для сервисного на первое место выходит отсутствие финансовых средств (37,5%). Неблагоприятный экономический климат приводит к тому, что предприятия всерьез задумываются над организацией подобных производств в других государствах.

### Инфраструктура поддержки МСП

Анализ использования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, проведенный в ходе данного исследования, показывает, что респонденты отмечают важность поддержки их бизнеса и инновационной активности со стороны государства и инфраструктуры поддержки.

Большинство респондентов (250, или 85,3% из 293) отмечает, что необходимые им формы поддержки инновационной активности МСП со стороны государства или негосударственных организаций существуют. Особенно нуждаются в поддержке инновационной активности МСП из высокотехнологичного (86,3%) и сервисного (87,5%) секторов. Среди групп МСП по численности сотрудников наибольшую потребность в поддержке инновационной активности высказывают респонденты

из группы микропредприятий (88,1%) и средних предприятий (87,1%).

Из 250 респондентов, считающих, что существуют необходимые им формы поддержки инновационных продуктов/услуг, 147 (58,8%) наиболее важной формой называют финансирование, 117 (46,8%) – сбыт и маркетинг, 93 (37,2%) – финансовый менеджмент и аудит (табл. 4). Эти приоритеты в основном сохраняются для предприятий-респондентов из всех секторов и всех групп МСП. Однако предприятия высокотехнологичного и низкотехнологичного секторов большее предпочтение отдают информационным услугам, чем финансовому менеджменту.

Заметим, что поддержка в форме услуг по бизнес-планированию стоит на последнем месте по важности – 37 респондентов (14,8%). Это может быть связано с тем, что в современных экономических условиях в Беларуси предприниматели практически не имеют возможности планировать свой бизнес даже на год вперед.

Среди остальных по значимости мер поддержки респондентами отмечаются информационно-технологические услуги. Из-за неразвитости информационного рынка в Беларуси предприятиям частного сектора достаточно трудно находить объективные и систематизи-

Таблица 4

Необходимые формы поддержки разработки инновационных продуктов/услуг (число МСП в выборке и % по секторам)

Форма поддержки инноваций	Сектор						Всего	
	высоко-технологичный		низко-технологичный		сервисный			
Источники финансирования	51	62,2%	42	54,5%	54	59,3%	147	58,8%
Сбыт и маркетинг	35	42,7%	36	46,8%	46	50,5%	117	46,8%
Финансовый менеджмент и аудит	30	36,6%	23	29,9%	40	44,0%	93	37,2%
Информационно-технологические услуги	35	42,7%	24	31,2%	31	34,1%	90	36,0%
Технологические услуги, консультации	20	24,4%	21	27,3%	21	23,1%	62	24,8%
Юридические услуги	21	25,6%	21	27,3%	16	17,6%	58	23,2%
Бизнес-планирование	17	20,7%	14	18,2%	6	6,6%	37	14,8%
Прочие	5	6,1%	1	1,3%	9	9,9%	15	6,0%
ВСЕГО	82	100%	77	100%	91	100%	250	100%

*Примечание.* Общее число МСП указано исходя из числа респондентов, отмечающих необходимость внешней поддержки. Суммы процентов по секторам не равны 100%, т.к. было возможно несколько вариантов ответа.

рованные источники информации о рынке, поэтому многие из них самостоятельно накапливают базы данных с маркетинговой, технической и другой необходимой для их бизнеса информацией.

Юридические услуги также пользуются спросом, поскольку организация юридической защиты инновационных продуктов и услуг является сложной задачей при современном белорусском законодательстве. Право собственности на авторские права очень трудно отстаивать в суде и защищать по существующим правилам и законам.

Созданные в Беларуси сети бизнес-инкубаторов и других подобных центров поддержки предпринимательства известны респондентам и в период исследования уже осуществляли свою деятельность. В выборке исследования резидентом таких центров является 41 респондент (13,9%), более половины из них (23 МСП) – высокотехнологичные, 10 – сервисные, 8 – низкотехнологичные. 17 (41,4%) респондентов, пользующихся услугами организаций поддержки бизнеса, получают ее от технопарков, 12 (29,3%) – от бизнес-инкубаторов и 12 (29,3%) – от других организаций поддержки. Заметим, что большинство респондентов высокотехнологического сектора (12 из 23) используют поддержку именно технопарков.

Интересен сравнительный анализ инновационности продуктов/услуг МСП, использующих и не использующих услуги технопарков, бизнес-инкубаторов и других провайдеров. Среди респондентов, использующих услуги поддержки, процент инновационности выше (90,2 против 86,1%).

Таким образом, опираясь на данные отечественных и зарубежных исследований, можно отметить, что инновационное предпринимательство находится в наиболее сложном положении по сравнению с предпринимательством в целом. В то же время для Беларуси инновационный путь развития является приоритетным, так как, безусловно, республика имеет главные и необходимые для этого составляющие: развитые перспективные направления в ряде областей науки и технологии, производственную базу, высококвалифициро-

ванные научные и инженерные кадры. Во всех странах с развитой рыночной экономикой приоритетным направлением государственной научно-технической и экономической политики является поддержка малых инновационных предприятий. Государственная поддержка инновационного предпринимательства в Беларуси сможет обеспечить:

- организацию выпуска на малых предприятиях высокотехнологичной, ориентированной на экспорт продукции;
- создание новых рабочих мест и сокращение оттока (в том числе за рубеж) высококвалифицированных специалистов из сферы научно-технической деятельности;
- создание и выпуск импортозамещающей продукции;
- трансфер в гражданские отрасли технологий двойного назначения;
- установление цивилизованных экономических отношений между малыми инновационными и крупными промышленными предприятиями, которые будут способствовать прогрессивным структурным изменениям в экономике.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Меморандум Президента Международного банка реконструкции и развития и Международной финансовой корпорации исполнительным директорам о стратегии сотрудничества для Республики Беларусь. Документ Всемирного банка, 2002.
2. Smallbone D., Welter F., Egorov I., Slonimski A. Innovation, Small and Medium Enterprises and Economic Development in Ukraine and Belarus: a Position Paper. Essen: RWI, 2002.
3. Статистика науки и инноваций: Краткий терминологический словарь / Под ред. Л.М. Гохберга. М.: ЦИСН, 1996.
4. Развитие науки в Беларуси в 2000 году. (Аналитический доклад) / Под общей ред. А.И. Лесниковича, И.Д. Волотовского. Госкомитет по науке и технологиям РБ. Мн., 2001.
5. Пустовалов В. Состояние научно-инновационного предпринимательства в Беларуси / Малый и средний бизнес в Беларуси. Аналитический бюллетень. 2002. № 10.

