

działalności korporacji jest powstawanie swoistych enklaw o wysokiej technologii, zapotrzebowanie na lokalny personel badawczy oraz materiały wiążą się z dyfuzją technologii i umiejętności w ciejszej gospodarce.

Wyższa efektywność przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym wymusza niejako na dostawcach krajowych wyższą jakość, a także konfrontuje ich z zagraniczną konkurencją. Wpływ kapitału zagranicznego na podnoszenie poziomu technologicznego kraju beneficjenta zależy od jego poziomu wyjściowego i umiejętności adaptowania nowości technologicznych. W kraju, w którym możliwości te są dobrze rozwinięte, a przedsiębiorstwa krajowe są dobrze wyposażone, by „uczyć się, szkolić, adaptować i konkuruwać¹”, dostęp do technologii za pośrednictwem inwestycji zagranicznych może przyspieszyć postęp technologiczny. Powiązania firmy zagranicznej z gospodarką kraju przyjmującego mogą być z jednej strony następstwem transferu technologii, z drugiej – nowoczesnych praktyk organizacyjnych i zarządczych.

Korporacje transnarodowe wprowadzają innowacje zarówno przez wykorzystanie ich w ramach własnych systemów, jak i przez podjęcie współpracy dotyczącej generowania lub transferu technologii z miejscowymi firmami, centrami badawczymi i uczelniami. Może więc następować transfer wiedzy i technologii inwestora zagranicznego do lokalnych przedsiębiorstw. Przepływ może przyjąć formę projektu, specyfikacji, produkcyjnego *know-how*, kontroli jakości, technik wymagających czy wręcz wymuszających wyższą wydajność pracy, czy też szkolenia. W efekcie następuje ciągłe doskonalenie i podnoszenie konkurencyjności firm krajowych. Ma to miejsce również gdy firmy z kapitałem zagranicznym nie podejmują bezpośredniej współpracy z przedsiębiorstwami krajowymi. Występują wtedy tzw. efekty zewnętrzne (*externalities*) i efekty uboczne (*spillovers*). Efekty zewnętrzne to nie zrekompensowane przez rynek korzyści zewnętrzne produkcji, które czerpie ludność kraju gospodarzącym inwestycje zagraniczne, a także koszty zewnętrzne, których nie można uniknąć, a pomijanie których przez mechanizm rynkowy prowadzi do nieefektywnej lokalizacji produkcji. Jeżeli koszty zewnętrzne nie będą brane pod uwagę przez producenta to podejmie on decyzję nieoptimalną z punktu widzenia ciejszej gospodarki (*zaniżone de facto koszty* powodują, że produkcja jest większa niż gdyby były one brane pod uwagę)².

Efekt skali, który może prowadzić do tzw. efektów aglomeracji, mogą powodować powstawanie nowej wiedzy, która rozprzestrzenia się w danym kraju, mogą wywoływać podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników, którzy przenosząc się do krajowych firm wraz ze swoimi nowymi umiejętnościami mogą je tam wykorzystywać z pożytkiem dla tych ostatnich. Wszystko to powoduje powstawanie korzyści zewnętrznych. Poza tym inwestycja może pociągnąć następne dokonywanie przez tego samego inwestora lub pokrewne – dokonywanie przez innych. Wprowadzi to oczywiście na atrakcyjność lokowania inwestycji w danym regionie i prowadząc do pojawienia się korzyści aglomeracji³.

Na skutek działalności przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym pojawia się również efekt demonstracji, wywołujący sklonność lokalnych firm do imitacji: z jednej strony nowych, bardziej skutecznych technik wytwarzania, a z drugiej strony nowych produktów.

Zaostrzona konkurencja ma pozytywny, mobilizujący wpływ na lokalnych producentów, wymuszając na nich postęp techniczny i technologiczny. Podobnie jak z technologią rzeczywiście ma z postępem organizacyjnym i praktykami zarządczymi. Jak już wcześniej podkreślano, to o ile wystąpią te efekty zależy od poziomu zaawansowania technologicznego i ogólnego przygotowania kraju przyjmującego. Im wyższy ten poziom tym bardziej pozytywny wpływ na gospodarkę.

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne dokonywane za granicą są najważniejszym kanalem międzynarodowego transferu nowoczesnej technologii, gdyż korporacja transnarodowa zakładając filię za granicą wyposaża ją, oprócz środków finansowych, w nowoczesną technologię, kadrę, doświadczenie, wiedzę. Kapitał zagraniczny powodując dyfuzję nowoczesnych technologii i *know-how* stwarza możliwość wzrostu pozycji państwa na konkurencyjnych rynkach zagranicznych, co jest szczególnie ważne w warunkach postępującej integracji i globalizacji gospodarek.

A.A. Matruńich
НИЭИ Минэкономики Республики Беларусь (Минск)

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ МСП В БЕЛАРУСИ⁴

В рыночной экономике сектор малых и средних предприятий (МСП) играет значительную экономическую и социальную роль. Кроме высокой эффективности, гибкости и потенциально высокой инновационности, малый бизнес служит источником значительной части новых рабочих мест

¹ World Investment Report. 1995. United Nations, New York and Geneva, 1995. S. 162–163.

² Oziewicz E. Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w rozwoju gospodarczym krajów Azji Południowo-Wschodniej (ASEAN). Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk, 1998. S. 132–133.

³ Markusen J.R. First mover advantage, blockaded entry and the economics of uneven development. National Bureau of Economic Research Working Paper. Washington D. C. 1990 oraz Incentives and foreign direct investment, UNCTAD. United Nations. New York, 1996.

⁴ Исследование выполнено в рамках проекта INTAS 99-00943 “Innovation, SMEs and economic development in Ukraine and Belarus”.

для работников различного уровня квалификации. Кроме этого, сектор малого предпринимательства в своей деятельности в основном ориентирован на локальные рынки.

Такие особенности малого бизнеса делают его объектом внимания государственной социально-экономической политики правительства многих стран. Например, в ходе масштабных проектов по реструктуризации промышленности стимулирование развития малого бизнеса в депрессивных регионах помогло многим европейским странам осуществить политику эффективного социально-экономического развития этих регионов.

Заметим, что развитие сектора малого предпринимательства требует от государства определенных усилий как по созданию законодательной среды, так и по формированию инфраструктуры поддержки бизнеса. Особенно острой проблемой является сглаживание региональных, чаще всего центр-периферийных различий в уровне развития сектора МСП.

Исследование развития сектора МСП в Беларусь, в том числе и центр-периферийных различий в инновационной активности малого бизнеса, было частью исследования инновационной активности МСП, проведенного в 2001 г. В рамках данного исследования был проведен опрос собственников и руководителей 293 частных предприятий в различных регионах Беларусь.

Если проанализировать географию распределения предпринимателей по стране, то очевидно, что малое предпринимательство развивается на территории республики весьма неравномерно. Больше половины всех МСП (58%) находится в Минске, остальная часть тяготеет к областным центрам и другим достаточно крупным городам.

Выборка исследования содержала МСП центрального (Минск и Минская область) и всех остальных регионов в пропорции 3:1. По результатам проведенного опроса, большинство предприятий (86,7 %) считают себя инновационными в той или иной степени. Причем наблюдается двукратный отрыв центрального региона по общей оценке инновационной активности самими руководителями МСП, что свидетельствует об их более динамичной стратегии.

Анализ характеристик продуктовых инноваций белорусских МСП показывает, что уровень инновационности в среднем невысок. С точки зрения классификации инноваций, белорусские МСП в основном внедряют продукты, новые для группы предприятий или для своего регионального рынка. Низкая покупательная способность, относительно узкий рынок, недостаточные ресурсы предприятий являются факторами, которые помогают объяснить такое положение. Однако в долгосрочной перспективе небольшая "глубина" инноваций может оказаться критическим фактором риска в конкурентной борьбе белорусских МСП даже за местные рынки сбыта.

Значительный интерес представляет анализ центр-периферийных различий в инновационности МСП в аспекте основных источников их инновационных идей. Результаты проведенного исследования показывают существенный отрыв МСП из центрального региона в области поиска инновационных идей на основе стимулирования творческой активности работников, изучения информационных ресурсов, участия в ярмарках, обеспечения обратной связи с покупателями — практически по всем этим позициям существует более чем двукратный центр-периферийный разрыв. Из этого следует вывод, что наряду с объективными факторами лидерства МСП центрального региона в получении инновационных идей поддержка развития МСП в регионах практически не ощущима с точки зрения возможности доступа к перспективным идеям и информации.

Преимущественное положение МСП центрального региона еще больше углубляется значительными центр-периферийными различиями в доступе к информационным ресурсам сети Интернет. Так, только 50 % обследованных периферийных МСП используют Интернет в своей работе, в то время как в центральном регионе Интернет используют в работе около 70 % МСП. Указанные обстоятельства подтверждают вывод о том, что хотя степень инновативности зависит в основном от отношения, знаний и опыта менеджеров предприятий, существенное значение имеют внешние факторы (инфраструктура и т.д.).

На основе данных проведенного опроса были рассмотрены барьеры для осуществления инновационной деятельности МСП. Основными барьерами для осуществления инновационной деятельности белорусские МСП считают неблагоприятный экономический климат и несовершенство нормативно-законодательной базы. Только на третьем месте стоит проблема ограниченности финансовых ресурсов, в то время как эта проблема является основной для МСП, как в странах с развитой, так и с переходной экономикой.

Скорее всего, центр-периферийный разрыв между МСП будет сохраняться и далее. Эта проблема должна решаться усилиями местных органов исполнительной власти, местных и привлекаемых научно-исследовательских организаций, вузов, промышленных предприятий государственного и частного секторов экономики. Одной из составляющих такой системы могут быть региональные научно-технические программы. Меры по государственной поддержке периферийных инновационных МСП и инновационной активности в целом могут содействовать постепенному разви-