

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ И ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ

А.А.Слонимский, А.А.Матрунич, О.С.Лицкевич
Научно-исследовательский экономический институт при
Министерстве экономики Республики Беларусь
Институт экономики Национальной академии наук
Беларуси

Одной из проблем, стоящих перед экономикой в процессе перехода от централизованно-плановой к рыночной системе, является развитие сектора малых и средних предприятий (МСП). В то время, как Беларусь немного продвинулась в этом отношении, текущий размер сектора МСП и его качественные характеристики дают возможность предполагать, что достигнута только малая часть его потенциального вклада в трансформацию и экономическое развитие. Существует острая необходимость повысить уровень инноваций в секторе малого предпринимательства, а также уровень понимания правительством того, что должен быть увеличен потенциальный вклад данного сектора в белорусскую экономику.

Несмотря на ряд мер по поддержке малого инновационного бизнеса в Беларуси (разработка Программы поддержки малого предпринимательства, Программы развития научно-инновационной деятельности, ряда Указов Президента и постановлений Правительства о развитии малого предпринимательства и поддержке наукоемких производств) существенного оживления инновационной деятельности в малом предпринимательстве за последнее время не произошло.

Эмпирические данные, характеризующие инновационный аспект развития малого предпринимательства (продуктовые и процессные инновации, проблемы и инфраструктуру поддержки), взяты из материалов исследования "Инновации, малые и средние предприятия и экономическое развитие в Беларуси и Украине", проведенного в 2000–2002 гг. при финансовой поддержке программы INTAS (грант №99-00943).

Данные включают в себя результаты анкетного обследования 293 малых и средних предприятий, а также 31 углубленного интервью конкретных предприятий. Аудиторией опроса являлись собственники/руководители малого бизнеса. Предприятия, на которых проводился опрос, были выбраны по формальным критериям проекта (число занятых – до 250 человек; преобладание частной собственности – более 50%). По географическому распределению, основная доля МСП (75%), попавших в выборку для анкетирования, размещается в Минске, в соответствии с региональной неоднородностью размещения МСП в Беларуси.

Предприятия, участвовавшие в опросе, были разделены по виду основной продукции на три сектора: высокотехнологический (95 предприятий – 32,4%), низкотехнологический (94 предприятия – 32,1%), и сервисный (104 предприятия – 35,5%). Для разделения по секторам использовался международный классификатор видов продукции (NACE). Кроме того, анализ проводился в разрезе групп по численности занятых на предприятии в соответствии с классификацией ЕС. По этому признаку предприятия 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 низкотехнологическом – 89,4%, в то время как в сервисном секторе только 72,1% оказывают инновационные услуги. Сосредоточенность в высокотехнологическом секторе предприятий, выпускающих новую продукцию, объясняется тем, что именно высокотехнологические 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 производства средних и крупных предприятий, 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 3-х отношениях (табл.1):

- 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 высокотехнологического 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 низкотехнологического сектора считают, 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 по 18,9% всех предприятий высокотехнологического сектора. В инновационных продуктах предприятий низкотехнологического сектора указанные характеристики встречаются, практически, в 2 раза чаще, чем в высокотехнологическом (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.

Таблица 1. Распределение предприятий по характеристикам продукта/услуги (число МСП в выборке и % по секторам)

В каком отношении продукт/услуга является новым	Сектор						Всего	
	Высокотехнологический		Низкотехнологический		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 адаптивность	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%
Другое	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			1	1,2%	1	1,3%	2	0,8%
ВСЕГО*	95	100%	84	100%	75	100%	254	100%

* **Примечания:** 1) Таблица отражает только данные по фирмам, имеющим инновации.

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

Несмотря на то, что почти 36% всех предприятий, имеющих инновации, 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. Более того, на-

личие 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 респондентов считают свою продукцию инновационной, главным образом, на областном рынке и республиканском рынке (85,3% и 64,2% респондентов соответственно). Продукция высокотехнологичных предприятий является по большей части уникальной 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.

Создание новых конкурентоспособных продуктов / услуг невозможно без использования прогрессивных технологий и оборудования – процессных инноваций.

Процессные инновации. За последние 2 года на 80,9% опрошенных предприятий было внедрено новое оборудование, причем активнее в этом процессе принимали участие МСП низкотехнологического сектора (85,1%) и наименее интенсивно сервисные предприятия (75,0%). Можно отметить, что в большей мере внедряли новое оборудование в фирмах с большим числом служащих (91,9%), чем в микропредприятиях (70,1%) и малых (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 производимой продукции этих предприятий.

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

Основными источниками финансирования при покупке оборудования стали неформальные кредиты от семьи, друзей (8,2%), кредиты от покупателей (7,5%), а также кредиты отечественных банков (6,5%). Следует отметить, что данные приоритеты источников финансирования характерны в большей мере для низкотехнологичного 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.

Высокотехнологический сектор выделяется из общей картины. Там оборудование в первую очередь приобретается за счет финансирования государственных программ (10,5%) и получения кредитов от покупателей-заказчиков (10,5%). Кроме того, этому способствует и то, что именно в этом секторе отмечался наибольший удельный вес предприятий со смешанной (государственной и частной) собственностью. Другие предприятия финансировали 8,4% высокотехнологичных МСП и 3,2% предприятий оборудование было предоставлено в рассрочку.

Ни одно из опрошенных предприятий не получало банковский кредит зарубежного банка. 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, обновление материальной базы МСП в основном происходит оборудованием, не являющимся прогрессивным и инновационным на зарубежных производствах. Как следствие, традиционное оборудование и технологии не позволят предприятиям производить высокотехнологическую, качественную и конкурентоспособную на внешних рынках продукцию.

Проблемы при разработке 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. 2).

К числу первостепенных 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 высокотехноло-

гичных предприятий (23,2%), что неудивительно при выпуске уникальной продукции. Для высоко- и низкотехнологичного секторов свойственны 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 аналогичных производств в других государствах.

Большая часть вышеперечисленных проблем может быть снята в результате поддержки бизнеса и инновационной активности со стороны государства и инфраструктуры поддержки.

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 существуют необходимые им формы поддержки инновационной активности МСП со стороны государства или негосударственных организаций. Особенно нуждаются в поддержке инновационной активности МСП из высокотехнологического (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%).

Таблица 2. Характеристика препятствий для МСП при разработке и реализации новой продукции / услуг (число МСП в выборке и % по секторам).

Препятствия при разработке и реализации новой продукции / услуг	Сектор						Всего	
	Высокотехнологический		Низкотехнологический		Сервисный			
Неблагоприятный экономический климат для инновационного предпринимательства	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%
Другое	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							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.

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

Из 250 респондентов, считающих, что существуют необходимые им формы поддержки инноваций, наиболее важной формой поддержки инновационных продуктов/услуг, респонденты называют финансирование – 147 (58,8%), сбыт и маркетинг – 117 (46,8%), финансовый менеджмент и аудит – 93 (37,2%) (таб. 3). Эти приоритеты, в основном, сохраняются для предприятий-респондентов из всех секторов и всех групп МСП. Однако, предприятия высокотехнологического и низкотехнологического 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.

Таблица 3. Необходимые формы поддержки разработки инновационных продуктов/услуг (число МСП в выборке и % по секторам)*

Формы поддержки инноваций	СЕКТОР						ВСЕГО	
	Высокотехнологический		Низкотехнологический		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%
Другое	5	6.1%	1	1.3%	9	9.9%	15	6.0%
ВСЕГО**	82	100%	77	100%	91	100%	250	100%
*Общее количество указано исходя из числа респондентов, отмечающих необходимость внешней поддержки								
** Суммы процентов по секторам не равны 100% т.к. было возможно несколько вариантов ответа.								

Среди остальных по значимости необходимых мер поддержки респондентами отмечаются информационно-технологические услуги, так как, из-за неразвитости информационного рынка в Беларуси, предприятиям частного сектора достаточно трудно найти объективные и систематизированные источники информации о рынке, многие предприятия 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 очень трудной задачей при современном белорусском законодательстве. Право собственности на авторские права очень трудно отстаивать в суде и защищать по существующим правилам и законам.

Созданная в Беларуси сеть бизнес-инкубаторов и сеть центров поддержки предпринимательства известны респондентам и в период исследования уже осуществляли свою деятельность. В выборке исследования к организациям поддержки малого бизнеса принадлежит 41 респондент (13.9%), более половины из них (23 МСП) – высокотехнологические, 10 – сервисные, 8 – низкотехнологические.

Из всех респондентов, пользующихся услугами организаций поддержки бизнеса, 17 (41.4%) пользуются поддержкой технопарков, 12 (29.2%) используют услуги бизнес-инкубаторов и 10 (24.4%) пользуются услугами других организаций поддержки. Заметим, что 12 из 23 респондентов высокотехнологического сектора используют поддержку именно технопарков.

Интересен сравнительный анализ инновационности продуктов/услуг МСП использующих и не использующих услуги поддержки. Среди респондентов использующих услуги поддержки, процент инновационности продуктов/услуг выше 90.2% (37 из 41 ответа), чем у МСП не использующих услуги поддержки 86.1%. Заметим, что предприниматели и руководители МСП использовали в своих ответах очень широкое понимание инновационности продуктов/услуг.

Таким образом, для эффективного осуществления деятельности и активизации инноваций сектору МСП необходима интенсивная государственная поддержка. Свидетельством того является опыт как развитых, так и новых индустриальных стран, которые, добились значительных экономических успехов на инновационном пути развития, преодолев кризисы, связанные с перестройкой экономики.