

2. Bauman Z. To whom globalization and to whom glocalization, "Culture and Society" No 3, 1997.
3. Berdychowska B. Historical and rightful circumstances of presence national and ethnic minorities in Eastern and Middle Europe, National and ethnic minorities...
4. Globalization and we. Local identity against global trends, R. Piekrański, M. Graban (ed.), Krakow 2003.
5. Czarnowski S. Culture, Knowledge of culture, part 1. Anthropology of culture, A. Mencwel (ed.), Warsaw, 1995.
6. Hausner W. National minorities in polish media broadcast and low system, in: National and ethnic minorities and electronic media. Byelorussia, Estonia, Lithuania, Poland, Ukrain, A. Sadowski, T. Skoczek (ed.), Bialystok, 2001.
7. Kloskowska A. Culture, Encyclopedic of Sociology, vol. 2, Warsaw 2000; p. 107.
8. McLuhan M. Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century, New York, 1989.
9. Report of results of national General Census 2002; p. 40; www.gus.pl; 27.04.2004.
10. Sadowski A., Krzysztofek K. Ethnic borderlands in Europe. Harmony and conflicts. Bialystok, 2001.
11. Sztompka P. Sociology. Analysis of society. Krakow, 2002.

Медведева Г.Б. (БрГТУ, Брест)

МАЛЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.

Система мирохозяйственных связей все в большей степени испытывает влияние сложных и противоречивых процессов глобализации экономики. Глобализация выводит на качественно новый уровень развития мировую экономику, определяющей чертой которой является НТП. Производственно-технологический сектор мировой экономики и промышленность, особенно в сфере высоких технологий, становятся по своему содержанию глобальными. Интенсивность инновационной деятельности сегодня определяют успехи в глобальной экономической конкуренции. Вместе с тем, возникающие новые международные экономические отношения являются не только универсальными, но и индивидуализированными. В этих условиях роль малого инновационного бизнеса возрастает. Именно он сегодня во многом определяет реализацию накопленного научно-технического потенциала страны.

Малый инновационный бизнес является эффективным инструментом постоянного обновления всех элементов производственного процесса, обеспечения высокой конкурентоспособности продукции и услуг. Он способен очень динамично и гибко реагировать на изменение спроса, новые предложения и перспективы, полученные в ходе разработок и исследований.

Известно, что большая часть нововведений с трудом доходит до промышленного внедрения. Крупные предприятия не спешат заниматься венчурным бизнесом, и достаточно инертны при изменении традицион-

ной структуры производства. Для небольших фирм основным преимуществом в конкуренции является именно ориентация на новые технологии.

Как показывает мировой опыт, малый инновационный бизнес более эффективен, быстрее и с меньшими затратами внедряет технологические новшества. По оценкам Национального научного фонда США, на каждый вложенный доллар в НИОКР фирмы с численностью до 100 человек осуществляют в 4 раза больше нововведений, чем фирмы с численностью от 100 до 1000 человек, и в 24 раза больше, чем компании с численностью свыше 1000 человек.

Успех малого бизнеса в этой области можно объяснить следующими причинами: высокая гибкость и оперативность в принятии решений, в том числе на конъюктурные изменения; быстрая адаптация к внешним воздействиям и местному рынку; быстрая оборачиваемость средств и невысокие расходы по управлению; небольшой первоначальный объем инвестиций. У малого бизнеса меньшие сроки строительства, им дешевле и быстрее перевооружаться, внедрять новые технологии и достигать оптимальной структуры производства. Мелкие исследовательские фирмы активно проводят исследования, разработки, более рискованные, эффективнее используют фонды, оборудование, кадры.

Мелкие инновационные фирмы занимаются начальными стадиями нововведений, которые не требуют крупных инвестиций, а также привлечения значительного объема трудовых и материальных ресурсов, оставляя крупным фирмам капиталоемкие стадии промышленного развертывания новых производств.

Малые фирмы стремятся как можно скорее наладить массовое производство. Тем самым, значение разработок, проводимых мелкими предприятиями достаточно важно, прежде всего, с точки зрения расширения рынка предлагаемых товаров и услуг. Это, в свою очередь, активно стимулирует процесс производства с целью наиболее быстрого удовлетворения (вновь рожденного) спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

Беларусь, по оценкам зарубежных экспертов, обладает значительным научно-техническим потенциалом в областях, считающихся стратегически приоритетными в мировой экономике. Несмотря на существенные потрясения и трудности переходного периода, государство постоянно декларирует в качестве основного путь развития экономики, основанный на научно-технических разработках, но при этом доля бюджета, выделяемая на исследования и разработки, составляет менее 1% от ВВП. В развитых странах мировой экономики этот показатель достигает 2-3%.

Малый инновационный бизнес в Беларуси практически не развивается. По данным статистики число малых инновационных предприятий и численность работающих в них неуклонно снижается. Доля таких предприятий составляет 1,7 % от общего числа малых предприятий, а доля занятых от общей численности работающих на малых предприятиях - 1% (в разных странах Европы доля малых и средних инновационных предприятий колеблется от 60% до 90%, а доля занятых - от 50% до 80%). И это несмотря на то, что в ряде случаев такие предприятия показывают

примеры разработок мирового уровня и высокой экономической эффективности.

Исследования причин такого положения показывают, что помимо проблем общеэкономического и процедурного характера, с которыми сталкивается малый бизнес в Беларуси, на пути развития малого инновационного бизнеса встают специфические ограничения: узкий рынок высокотехнологичных продуктов; низкий уровень маркетинга; низкие возможности выхода на международный рынок; недостаточный уровень знаний и подготовки людей, занимающихся предпринимательской деятельностью; слабая восприимчивость к инновациям крупного бизнеса; фактически полное отсутствие инновационной инфраструктуры, отвечающей требованиям товаропроизводителей (технопарки, технопарки и другие).

Вместе с тем, существует ряд положительных моментов, которые потенциально способны оказать благоприятное воздействие на развитие малого инновационного бизнеса в Беларуси. К их числу следует отнести: емкий рынок соседних стран ближнего и дальнего зарубежья - Россия, Украина, страны Балтии, Польша, Германия; достаточно развитую систему высшего образования; наличие высококвалифицированных специалистов и определенной законодательной базы; сохранение ряда отраслей экономики, конкурентоспособных на мировом рынке - машиноприборостроение, электроника, биотехнология, медицина, химия, экология; значительный технологический потенциал оборонных и смежных с ними гражданских отраслей промышленности; наличие минерально-сырьевой базы и другие.

Но все реальнее становится перспектива того, что Беларусь и вообще страны СНГ столкнутся с проблемой неспособности с помощью национального научно-технического потенциала собственными силами обеспечить потребности экономики, и окажутся в длительной технологической зависимости, что, в конечном счете, чревато подрывом экономической безопасности.

Несмотря на то, что значение малого бизнеса возрастает в ускорении процессов технологической модернизации производства, но научной концепции и обоснованной стратегии разработаны недостаточно. Это затрудняет определение и согласование позиций по многим вопросам, в т.ч. и вступление в ВТО. Проекты концепций государственной политики развития малого предпринимательства некомплексны. В них, в сущности, не уделяется внимания интеграционному и глобализационному аспектам такого развития. Вопросы об организации международного сотрудничества субъектов малого предпринимательства, о его роли в ускорении научно-технического прогресса фактически сведены к вопросу о некотором согласовании современного их национального законодательства о малом предпринимательстве. Нет четкой позиции в отношении того, как должны развиваться отдельные отрасли производства с учетом требований ВТО и Международной организации по стандартизации продукции и услуг, какими должны быть конкретные отраслевые программы по уменьшению отрицательных последствий присоединения к ВТО и развития процессов глобализации (неизбежных при нашей малоконкурентоспособной экономике), программы социальной защиты безработных и переподготовки кадров и т.д.

Малый инновационный бизнес находится сейчас в наиболее сложном положении из всех видов бизнеса, из-за высокой степени риска и многоэтапности деятельности. Вопросы сбыта, внедрения новых технологий успешно решаются, как показывает мировая практика, с использованием производственной кооперации между малым и крупным бизнесом. Во всех индустриально развитых странах крупная компания сотрудничает с десятками и даже сотнями малых предприятий. Это создает оптимальную систему для развития производства, базирующуюся на принципе разделения ролей. Крупные предприятия могут и должны создавать малые инновационные предприятия или участвовать в их создании. Формы такого участия различные. Например, инновационно-технологические системы, технопарки, международный лизинг оборудования, образование венчурных фондов. Но эту практику нельзя путать с образованием дочерних предприятий. Передачи ряда функций производственного процесса малым предприятиям не означает их административное подчинение крупной фирме. Кооперация должна основываться на экономической целесообразности.

Успешное развитие малого инновационного бизнеса возможно только при активной и всесторонней поддержке государства. К основным направлениям следует отнести: формирование институциональных и законодательных условий; формирование соответствующей инфраструктуры (инкубаторов, инновационных и предпринимательских центров и т.д.); поддержка внешнеэкономической деятельности; создание льготных условий не только для предприятий, занимающихся инновациями, но и для доступа к научно-техническим разработкам и технологиям предприятий всех форм собственности; развитие образовательных программ и подготовка специалистов на уровне международных квалификационных требований; выявление и поддержка, прежде всего тех технологий, которые обеспечат конкурентные преимущества на мировом рынке.

Реализация этих направлений должна создать условия для наименее конфликтного вовлечения страны в процессы экономической интеграции и глобализации. Малый инновационный бизнес в силу своей специфики и экономической сущности заинтересован в адекватном развитии данных процессов. Пока же развитие малого инновационного бизнеса в нашей стране практически остановилось на начальной стадии, и не соответствует возможностям и потребностям экономики.

С учетом современных тенденций мировой экономики и процессов глобализации, инновационное развитие Беларуси должно стать приоритетным. Для этого имеются необходимые предпосылки и потенциал. Состояние научно-инновационной деятельности и предпринимательства в любой стране является одним из индикаторов развития общества и его экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Концепция межгосударственной инновационной политики государств-участников СНГ на период до 2005 года / Инновации. - № 7. - 2001. - с.4 - 15.
2. Корчагин А.Д., Смирнов Ю.Г. Значение и роль малого бизнеса в инновационном процессе / Инновации - № 5. - 2002. - с. 23- 29.
3. Пустовалов В. Состояние малого инновационного бизнеса в Беларуси / Инновации. - № 6. - 2002. - с. 7 - 11.

Marcin Szczepański (Politechnika Białostocka, Białystok)

KULTUROWE UWARUNKOWANIA POLSKO- BIAŁORUSKICH KONTAKTÓW NEGOCJACYJNYCH.

Termin „kultura” w antropologii społecznej odnosi się do tego, co odróżnia grupy społeczne od siebie. Kultura jest sumą tych wszystkich aspektów, które różnią od siebie grupy. Kultura danej grupy zawiera, to, co jest wspólne dla jej członków. [1, s. 27] Wpływ różnic kulturowych na negocjacje międzynarodowe jest jednym z najważniejszych aspektów procesu negocjacyjnego. Często nie jest on doceniany, co związane jest z jego „nieuchwytnością”. Kultura nie jest wprost przekładalna, a znaczenie i wartość kulturowa poszczególnych zachowań, są w różnych kulturach różne. Komunikacja międzykulturowa ma tak wiele aspektów, a odmienności kulturowe mogą być tak rozmaite, że w artykule mogę poruszyć jedynie niektóre z nich.

Brak jest do tej pory wyczerpujących badań porównujących kulturę polską i białoruską. W artykule tym oparłem się na dostępnych mi polskich publikacjach głównie Ryszarda Radzika. Niniejszy tekst traktować należy, jako przyczynek do dalszej dyskusji nad poruszonymi w nim zagadnieniami.

Niewątpliwie różnice codziennych zachowań Polaków i Białorusinów w identycznych sytuacjach społecznych są stosunkowo nieduże. [8, s. 212]

Pamiętać należy, że Białoruś, podobnie jak Polska, jest krajem różnicowanym regionalnie i klasowo. Dostrzeżone odmienności mogą niekiedy wynikać nie tyle z różnic kultur narodowych, ile chociażby z dystansów klasowych bądź tendencyjnego postrzegania drugiej strony przez pryzmat utrwalonego stereotypu. [8, s. 212]

Znaczną część zaobserwowanych odmienności da się wytłumaczyć odwołując się do dwóch istotnych faktów społecznych. Różnego kształtu struktury społecznej w obu krajach i związku obu społeczeństw z odmiennymi kręgami kulturowymi. Należy także wziąć pod uwagę różnice w sytuacji gospodarczej w obu państwach. Czynniki te mogą mieć jednak charakter przejściowy. [8, s. 213]

Rozpatrując kwestie kulturowe w negocjacjach międzynarodowych warto zauważyć, że rządzą dwie główne reguły. Oczekuje się, że w biznesie, sprzedawca dostosuje się do nabywcy oraz, że przybysz będzie przestrzegał miejscowych zwyczajów. [9, s. 15-16]

Kluczowym elementem w negocjacjach jest poprawne komunikowanie. Słowa mają różną wagę w kulturze polskiej i białoruskiej. Na Białorusi wzorem rosyjskim słowo jest wyrazem emocji, nastroju, bezpośredniości, lub jej braku. Wypowiada się je, aby sprawić przyjemność drugiej osobie bądź zdystansować się od niej. Jest jednak ulotne i w znacznie mniejszym stopniu, niż jest to w Polsce zobowiązuje do dotrzymania tego, co się powiedziało. Krótko mówiąc jest mniej wiążące. W Europie łacińskiej słowo honoru wynika z etosu rycerskiego, a słowo przedsiębiorcy z etosu mi-