

# КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ: ФАКТОРЫ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ, ИННОВАЦИИ, ОПЫТ И НАВЫКИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Мария Шаппо\*

## Резюме

В данной работе рассмотрены две группы факторов конкурентоспособности регионов Беларуси: факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса. В работе показано, что в большинстве регионов Беларуси (за исключением г. Минска) развитие факторов роста эффективности ниже, чем в странах со сходным уровнем дохода. Развитие факторов, связанных с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса, напротив, выше, чем в странах, находящихся в той же группе по уровню дохода. В работе были построены профили регионов Беларуси, в которых отражены сильные стороны и проблемы конкурентоспособности каждого региона. К основным преимуществам относятся высокая конкуренция на внутреннем рынке товаров, удовлетворенность бизнеса уровнем развития финансового рынка и широкое использование компаниями информационных и коммуникационных технологий. Слабые стороны большинства регионов лежат в области конкуренции на внешнем рынке, в сфере передачи знаний и инноваций, а также на рынке труда. Решение проблем как на уровне факторов роста эффективности, так и на уровне факторов, связанных с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса, способны существенно повысить конкурентоспособность как отдельных регионов, так и экономики в целом.

## Содержание

1. Введение.....	2
2. Уровень дохода и конкурентоспособность регионов Беларуси .....	2
3. Профили регионов.....	3
3.1. Брестская область .....	3
3.2. Витебская область.....	5
3.3. Гомельская область.....	6
3.4. Гродненская область.....	7
3.5. Минск .....	8
3.6. Минская область .....	9
3.7. Могилевская область .....	11
4. Краткие выводы .....	12
Литература .....	13
Приложение 1. Компоненты конкурентоспособности регионов Беларуси и стран со сходным уровнем дохода: факторы роста эффективности, инновации, опыт и навыки ведения бизнеса .....	14
Приложение 2. Данные опроса предприятий и статистические данные по факторам роста эффективности и факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса .....	16

## Дискуссионный материал Исследовательского центра ИПМ PDP/14/03



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР ИПМ  
исследования • прогнозы • мониторинг

ул. Захарова, 50 Б, 220088, Минск, Беларусь  
тел./факс +375 17 210 0105  
веб-сайт: <http://research.by/>  
e-mail: [research@research.by](mailto:research@research.by)

© 2014 Исследовательский центр ИПМ

Позиция, представленная в документе, отражает точку зрения авторов и может не совпадать с позицией организаций, которые они представляют

\* Мария Шаппо – экономист Исследовательского центра ИПМ, студентка Белорусского государственного университета, e-mail: [shappo@research.by](mailto:shappo@research.by).

## 1. ВВЕДЕНИЕ

В данной работе продолжается тема дискуссионного материала Шаппо (2014), посвященного базовым факторам конкурентоспособности регионов Беларуси (областей и г. Минска), где были выявлены основные препятствия для формирования конкурентоспособной экономики. В работе было показано, что, несмотря на то, что Беларусь находится на стадии роста за счет эффективности, решение проблем конкурентоспособности на уровне базовых факторов является важнейшей задачей. В данном дискуссионном материале продолжается анализ особенностей конкурентоспособности регионов Беларуси и рассматриваются факторы, формирующие конкурентные преимущества на тех стадиях развития, на которых находятся регионы Беларуси.

Работа имеет следующую структуру. Во втором разделе анализируется связь между уровнем национального/регионального дохода и развитием двух групп факторов конкурентоспособности: факторов роста эффективности, а также факторов инноваций и навыков ведения бизнеса. В третьем разделе для этих групп факторов строятся профили регионов: выделяются сильные стороны и слабые места каждого региона, а также проводятся межрегиональные сопоставления. В четвертом разделе регионы Беларуси сравниваются со странами со сходным уровнем дохода и остальным миром и приводятся краткие выводы.

## 2. УРОВЕНЬ ДОХОДА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ

Исходя из уровня дохода, Беларусь находится на стадии роста за счет эффективности (доход на душу населения между USD 3 000 и USD 8 999, см. WEF (2013))<sup>1</sup>. На этой стадии развития рост за счет базовых факторов обычно исчерпывает свой потенциал, а ведущую роль занимает использование более эффективных производственных процессов и постоянное повышение качества продукции. Факторы роста эффективности принимают важнейшее значение в формировании конкурентоспособности на этом этапе развития экономики. К этой группе факторов относятся следующие компоненты конкурентоспособности: высшее образование и переподготовка кадров, эффективность рынка труда, развитие финансового рынка, технологическая готовность и размер рынка.

Субиндексы конкурентоспособности по факторам роста эффективности ниже ожидаемых<sup>2</sup> в Беларуси в целом и во всех регионах, за исключением Минска (в Брестской и Витебской областях существенно ниже), однако отклонение фактического значения от линии тренда не превышает двух стандартных ошибок регрессии (см. рис. 1). Только в Минске субиндекс по факторам роста эффективности заметно выше линии тренда (отклонение находится в рамках двух стандартных ошибок регрессии)<sup>3</sup>. Исходя из уровня дохода, факторы роста эффективности должны лежать в основе роста белорусской экономики, однако в большинстве регионов развитие этих факторов в целом ниже ожидаемого. Следовательно, решение проблем, лежащих в области факторов роста эффективности, является важнейшей задачей для повышения конкурентоспособности как регионов Беларуси, так и экономики страны в целом.

Согласно исследованиям Всемирного экономического форума, факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса, лежат в основе конкурентоспособности высокоразвитых стран (доход на душу населения свыше USD 17 000). На стадии роста за счет инноваций страны создают новые уникальные продукты с использованием более сложных технологических процессов, а факторами, определяющими конкурентоспособность, становятся опыт и навыки ведения бизнеса, а также НИОКР и инновации. С ростом доходов значе-

<sup>1</sup> В 2012 г. белорусский ВВП на душу населения составил USD 6.7 тыс., в 2013 г. – USD 7.5 тыс.

<sup>2</sup> Исходя из уровня ВВП на душу населения.

<sup>3</sup> В значительной степени высокие показатели для г. Минска связаны с особенностями нормализации статистических показателей. Аналогичная ситуация характерна для базовых факторов, см. Шаппо (2014).

ние субиндекса по факторам, связанным с инновациями, возрастает, однако зависимость нелинейная: субиндекс начинает быстро увеличиваться по мере роста доходов начиная с определенного уровня ВВП (см. рис. 2).

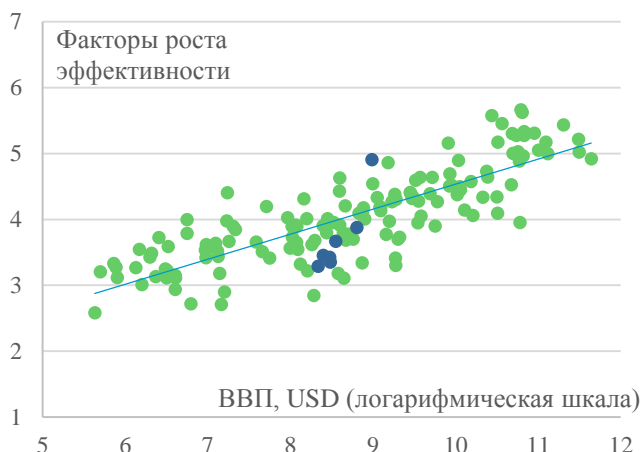


Рис. 1. Субиндекс «факторы роста эффективности» и ВВП\*

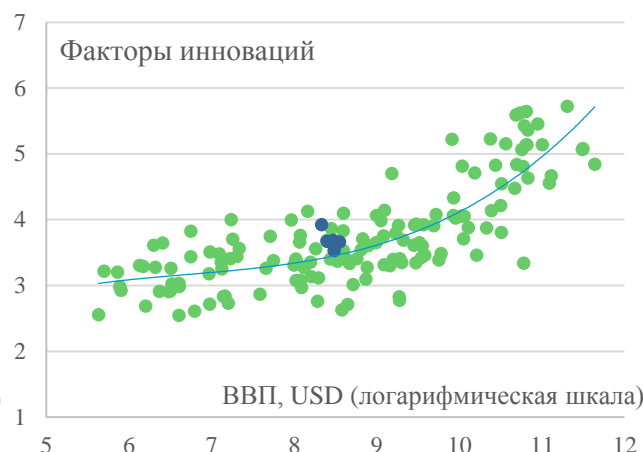


Рис. 2. Субиндекс «факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса» и ВВП\*

\*для регионов Беларуси – ВРП. Регионы выделены синим цветом. Данные за 2012 г.

Источник: собственные расчеты на основе данных WEF (2013), Исследовательского центра ИПМ, Белстата и Национального банка.

Значения субиндексов по факторам, связанным с инновациями, несколько выше ожидаемых (в пределах двух стандартных ошибок регрессии) во всех регионах Беларуси. В Брестской области отклонение самое значительное. Субиндекс нельзя назвать высоким: ни в одном из регионов его значение не превышает 4, тем не менее накопленный опыт и навыки ведения бизнеса, а также способность к инновациям несколько опережают экономическое развитие регионов. Некоторые частные компании, несмотря на проблемы на уровне базовых факторов конкурентоспособности (неэффективность государственных институтов, нестабильность макроэкономической среды и др.)<sup>4</sup> и на уровне факторов роста эффективности (неэффективность рынка труда и рынка товаров, низкий уровень технологической готовности и др.), сумели построить эффективные бизнес-модели, которые способны генерировать инновации и конкурировать на мировом рынке с компаниями из стран, находящихся на более высокой стадии развития экономики<sup>5</sup>.

### 3. ПРОФИЛИ РЕГИОНОВ

#### 3.1. Брестская область

В Брестской области субиндекс по факторам роста эффективности составляет 3.29 и является самым низким по стране. Субиндекс по факторам, связанным с инновациями, составляет 3.92 и является, напротив, самым высоким среди всех регионов (см. Приложение 1).

Среди факторов роста эффективности сильные стороны региона лежат в области конкуренции на внутреннем рынке, развития финансового рынка и способности осваивать существующие технологии<sup>6</sup>. По оценкам респондентов из Брестской области, конкуренция на внутреннем рынке развита сильнее, чем по оценкам респондентов из других регионов, а количество поставщиков достаточно большое (индекс равен 5.14). Однако респонденты отмечают,

<sup>4</sup> Подробнее см. Шаппо (2014).

<sup>5</sup> В работе Daneuko, Golenchenko (2013) приводятся примеры таких компаний.

<sup>6</sup> Большинство показателей, входящих в состав компонентов конкурентоспособности, рассчитываются на основании данных опроса, которые оценивают отношение респондентов к сложившейся ситуации и могут не отражать в достаточной степени фактические различия между регионами.

что государственные предприятия в некоторой степени находятся в привилегированном положении по сравнению с частными компаниями, что искажает конкуренцию. Другим преимуществом области является достаточно широкий спектр финансовых продуктов и услуг, предоставляемых бизнесу (4.70). Уровень технологической готовности в Брестской области заметно выше, чем в большинстве регионов (область уступает только г. Минску) в первую очередь за счет широкого использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ): предприятия активно пользуются Интернетом для продаж и продвижения своей продукции, а также для взаимодействия друг с другом и осуществления коммерческих операций.

**Таблица 1. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса: сильные и слабые стороны<sup>7</sup> Брестской области**

Слабые места		Сильные стороны	
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта*	2.77	Сила конкуренции	5.32
Привлекательность региона для талантливых людей	2.92	Эффективность использования Интернета: доступ к новым заказчикам	5.32
Активность предприятий по вложению средств в НИОКР	3.32	Доступ к Интернету в учебных заведениях	5.18
Привилегированность положения государственных предприятий	3.50	Количество местных поставщиков	5.14
Собственные исследования, научные разработки и уникальные производственные процессы	3.56	Возможность женщин достигать лидерских позиций	5.04

\* *Примечание.* В случае Брестской области для адекватного представления слабых сторон все мероприятия по продвижению экспорта, проводимые органами местной власти, были объединены.

*Источник:* Исследовательский центр ИПМ.

В Брестской области лучше, чем в других регионах, развиты факторы, связанные с навыками и опытом ведения бизнеса (4.21, см. Приложение 1). Предприятия в регионе чаще используют современные маркетинговые инструменты и приемы и хорошо работают с потребителями, а зарплата менеджеров скорее зависит от результатов их труда. Факторы, входящие в компонент «НИОКР и инновации», в целом развиты лучше, чем в остальных регионах (3.63 против среднего значения 3.42). Респонденты Брестской области оценивают разработки научно-исследовательских организаций региона и степень их сотрудничества с бизнесом несколько выше, чем респонденты других регионов, однако оценки все же ниже 4.

Наиболее существенные проблемы региона находятся на уровне факторов роста эффективности в области качества человеческого капитала и его использования. В регионе существуют определенные проблемы в сфере высшего образования и переподготовки кадров (показатель по этому компоненту составляет 2.86), что обусловлено в первую очередь самым низким в стране количеством студентов на душу населения<sup>8</sup>. Эффективность рынка труда в регионе является самой низкой по стране (2.39, см. Приложение 1) в первую очередь за счет статистических показателей: занятость падает несколько быстрее, чем в других регионах, а мобильность трудовых ресурсов низкая. Также опрошенные отмечают непривлекательность региона для талантливых людей.

Что касается внешнеэкономической деятельности, респонденты считают неэффективными мероприятия по продвижению экспорта, проводимые местными государственными органами. Размер рынка (как внешнего, так и внутреннего) отрицательно влияет на конкуренто-

<sup>7</sup> Здесь и далее в таблицу включались только компоненты индекса, основанные на данных опроса.

<sup>8</sup> Нормализация статистических данных по методологии WEF применительно к семи регионам обуславливает более высокие различия между регионами, чем это следует из собственно различий в статистических показателях. Поэтому экстремально низкие/высокие значения таких групп факторов конкурентоспособности как макроэкономическая среда отражают скорее особенности методологии нежели фактические различия в конкурентной позиции регионов. При этом для большой выборки (в случае WEF – 144 страны) использование такой методологии целиком оправдано.

способность Брестской области. Этот компонент целиком образован статистическими показателями, которые в регионе несколько хуже, чем в среднем по стране. Среди факторов, связанных с инновациями, респонденты отмечают, что предприятия неактивно вкладывают средства в НИОКР.

### 3.2. Витебская область

В Витебской области субиндекс по факторам роста эффективности практически самый низкий в стране (после Брестской области) и составляет 3.35. Субиндекс по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса, является самым низким среди всех регионов (3.53, см. Приложение 1).

В Витебской области существует ряд серьезных проблем как на уровне факторов роста эффективности, так и на уровне факторов, связанных с инновациями. Показатель по компоненту «высшее образование и переподготовка кадров» заметно ниже среднего по стране (2.97 против 3.50) в первую очередь за счет невысокого количества студентов в регионе. Респонденты отмечают низкое качество образования в области менеджмента и бизнеса, а также считают, что бизнес вкладывает средства в обучение и развития персонала неактивно.

**Таблица 2. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса: сильные и слабые стороны Витебской области**

Слабые места		Сильные стороны	
Привлекательность региона для талантливых людей	2.74	Возможность женщин достигать лидерских позиций	5.50
Взаимодействие компаний в сфере передачи знаний и инноваций	2.83	Эффективность использования Интернета: доступ к новым заказчикам	5.08
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: региональные программы по развитию экспорта	2.92	Использование Интернета для продаж товаров и услуг	5.00
Качество разработок научно-исследовательских организаций	2.97	Сила конкуренции	4.94
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: специальное обучение	3.00	Доступ к Интернету в учебных заведениях	4.86

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Другой проблемой региона является низкий уровень технологической готовности (2.67). Значение этого показателя в первую очередь обусловлено низкими относительно других регионов статистическими показателями, характеризующих использование ИКТ (использование предприятиями собственного интернет-сайта и локальной сети). Тем не менее компании в ходе опроса отметили важность Интернета для продаж и доступа к новым поставщикам и заказчикам. «Способность» осваивать технологии у предприятий Витебской области также несколько ниже, чем у большинства регионов. Основные проблемы, лежащие в области освоения технологий, относятся к несовершенству взаимодействия как внутри бизнеса (сотрудничество в сфере передачи знаний и инноваций не является тесным, а иностранные инвестиции не являются основным источником новых технологий), так и с местными властями (органы власти не предоставляют достаточно широкий спектр услуг бизнесу с целью повышения его экономических результатов).

В Витебской области показатель по фактору «НИОКР и инновации» ниже, чем в остальных регионах (3.18, см. Приложение 1). Работа научно-исследовательских организаций в области оценивается скорее низко, а их сотрудничество с предприятиями недостаточно развито. Компании не вкладывают значительные средства в НИОКР и чаще «копируют» существующие технологии или покупают лицензии, чем разрабатывают новые продукты и производственные процессы. Тем не менее субиндекс по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса в регионе все же выше, чем можно было бы ожидать исходя из уровня дохода (см. Приложение 1).

По мнению респондентов, сильными сторонами Витебской области является высокая конкуренция на местном рынке, а также большое количество поставщиков и их удовлетворительная работа. Респонденты также отмечают активизацию выставочно-ярмарочной деятельности в области и хорошую работу компаний с потребителями. С другой стороны, эти факторы являются сильными сторонами всех регионов Беларуси, поэтому могут рассматриваться только как относительное конкурентное преимущество Витебской области.

### 3.3. Гомельская область

Субиндекс Гомельской области по факторам роста эффективности составляет 3.66, а по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса – 3.65 (значения обоих субиндексов примерно соответствуют средним по стране, см. Приложение 1).

По мнению респондентов, в Гомельской области качество высшего образования самое высокое в стране (4.57 против среднего 4.01). Бизнес отметил высокое качество преподавания естественных и математических наук в регионе и то, что система образования скорее соответствует потребностям бизнеса. Более того, Гомельская область является единственным регионом Беларуси, где компании удовлетворены качеством образования области бизнеса и менеджмента.

**Таблица 3. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса: сильные и слабые стороны Гомельской области**

Слабые места		Сильные стороны	
Эффективность политики местных властей: привлечение инвестиций	2.96	Сила конкуренции	5.62
Прозрачность регулирования импорта	2.98	Доступ к Интернету в учебных заведениях	5.52
Качество разработок научно-исследовательских организаций	3.07	Спектр финансовых услуг для бизнеса	5.24
Принятие решений о покупках: ориентация на цену, а не на качество	3.10	Возможность женщин достигать лидерских позиций	5.22
Привлекательность региона для талантливых людей	3.10	Обеспечение доступа населения к базовым услугам с помощью ИКТ	5.18

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Другим преимуществом Гомельской области является высокое развитие финансового рынка (5.50). По мнению респондентов, конкуренция в достаточной мере обеспечивает широкий выбор финансовых услуг по доступным ценам, а компаниям довольно просто привлечь финансирование для развития бизнеса. Более того, в регионе самый большой объем задолженности по кредитам относительно ВРП, что в целом характеризует активность на финансовом рынке как высокую.

Среди сильных сторон области респонденты отмечают высокую конкуренцию на внутреннем рынке, а также достаточное количество местных поставщиков, качество работы которых в целом удовлетворительное. В отличие от респондентов большинства других регионов, респонденты Гомельской области считают, что такие мероприятия местных органов власти, как региональные программы развития экспорта, рекламные кампании и развитие выставочно-ярмарочной деятельности, достаточно эффективны для продвижения товаров и услуг на внешних рынках (однако респонденты отмечают низкую эффективность некоторых других мероприятий, например, реализации программ обучения по вопросам, связанным с экспортом).

Сильные стороны Гомельской области, относящиеся к «способности» осваивать технологии, так или иначе связаны с ИКТ: опрошенные отмечают, что ИКТ в достаточной мере обеспечивает доступ граждан к базовым услугам, компании широко используют Интернет в своей работе (продажи, коммуникация с другими компаниями и др.), а доступ к Интернету в учебных заведениях области обеспечен в достаточной мере. С другой стороны, статистические данные, характеризующие использование ИКТ в Гомельской области (использование собственного сайта и локальной сети), худшие среди всех регионов.

Преимуществом Гомельской области, относящимся к сфере НИОКР и инноваций, является достаточное количество инженеров на рынке труда (4.50). Во всех других регионах, за исключением Минской области, компании испытывают недостаток в работниках инженерных специальностей.

Ряд слабых сторон Гомельской области относятся к конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. Респонденты отмечают, что государственные предприятия находятся в привилегированном положении по сравнению с частными компаниями. По мнению бизнеса, покупатели скорее ориентируются на цену, чем на качество товара, а конкурентным преимуществом компаний на международных рынках является доступ к ресурсам и низкие цены. Следовательно, предприятия региона конкурируют по цене, а издержки производства приобретают ключевое значение. В такой ситуации конкурентоспособность большинства компаний становится чувствительной к стоимости факторов производства (труд, капитал), а также к макроэкономической ситуации (например, валютный курс и доходы населения).

По мнению опрошенных, политика, проводимая местными органами власти, скорее не способствует привлечению иностранных инвестиций в экономику региона. Политику по регулированию импорта бизнес не считает достаточно прозрачной, а нетарифные барьеры являются препятствием для конкуренции со стороны импорта.

Низкий уровень технологической готовности в Гомельской области (2.75) в первую очередь обусловлен невысокими показателями по использованию ИКТ (собственный сайт и локальная сеть). Несмотря на то, что бизнес в целом отмечает доступность новых технологий в регионе, покупка лицензий не является широко распространенной практикой, а взаимодействие и сотрудничество компаний в области передачи знаний и инноваций нельзя назвать тесным. Предприятия области не удовлетворены качеством разработок научно-исследовательских организаций, а предприятия не вкладывают достаточно средств в НИОКР.

### 3.4. Гродненская область

Субиндекс конкурентоспособности Гродненской области по факторам роста эффективности составил 3.42 (ниже среднего значения по стране), а по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса – 3.68 (примерно соответствует среднему значению по стране, см. Приложение 1).

Среди факторов роста эффективности преимуществом Гродненской области является развитие финансового рынка. По мнению опрошенных компаний, конкуренция на финансовом рынке обеспечивает широкий выбор услуг по доступным ценам, а задолженность по кредитам относительно ВРП в Гродненской области выше, чем в большинстве других регионах. С другой стороны опрошенные отмечают наличие некоторых сложностей с привлечением финансирования.

**Таблица 4. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса: сильные и слабые стороны Гродненской области**

Слабые места		Сильные стороны	
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: компенсация затрат малых инновационных предприятий по участию в выставках	2.56	Эффективность конкуренции между поставщиками финансовых услуг	6.04
Распространенность кластеров	2.63	Доступ к Интернету в учебных заведениях	5.52
Привлекательность региона для талантливых людей	2.75	Эффективность использования Интернета: доступ к новым заказчикам	5.28
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: региональные программы по развитию экспорта	2.93	Спектр финансовых услуг для бизнеса	5.13
Искажение конкуренции: привилегированность положения государственных предприятий	3.23	Использование Интернета для продаж товаров и услуг	5.08

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Помимо факторов, связанных с использованием ИКТ (широкое использование Интернета для продаж и продвижения продукции, коммуникаций с другими компаниями и т.д.), преимуществом Гродненской области, характеризующим способность осваивать технологии, является доступность новых технологий для предприятий в регионе и способность их применять.

Преимуществом Гродненской области на уровне факторов, связанных с инновациями, является широкий охват цепочки создания стоимости предприятиями-экспортерами. Опрошенные также отмечают, что конкурентным преимуществом предприятий региона является скорее уникальные продукты и производственные процессы, чем низкие цены и доступ к природным ресурсам.

В Гродненской области существует ряд проблем в области высшего образования и переподготовки кадров (показатель по этой группе факторов является самым низким среди всех регионов и составляет 2.84). По мнению опрошенных, качество образования в области менеджмента и бизнеса, в отличие от математических и естественных наук, не является удовлетворительным, а несоответствие квалификации рабочей силы потребностям бизнеса является одной из важнейших проблем для компаний региона. Респонденты Гродненской области также отмечают проблемы в сфере повышения квалификации и переподготовки кадров: доступность подобных услуг в низкая, а компании вкладывают средства в эту сферу в основном неактивно.

В Гродненской области существует ряд факторов, негативно влияющих на эффективность рынка товаров. По мнению респондентов, предприятия, находящиеся в государственной собственности, имеют некоторые привилегии в сравнении с частными компаниями. Опрошенные также отмечают, что бюджетные субсидии и налоговые льготы искажают конкуренцию на внутреннем рынке. Еще одним недостатком является низкая распространенность кластеров в регионе. Кроме того, компании отмечают низкую эффективность большинства мероприятий по продвижению экспорта предприятий региона, проводимых местными органами власти (разработка региональных программ развития экспорта, проведение рекламных компаний, информационно-консультационная поддержка экспорта и т.д.). Достаточно эффективным предприятия называют только развитие выставочно-ярмарочной деятельности.

### **3.5. Минск**

В Минске значение субиндекса по факторам роста эффективности самое высокое по сравнению с другими регионами (4.90), а значение субиндекса по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса составило 3.65 и примерно соответствует среднему по стране уровню (см. Приложение 1).

Большинство высоких оценок факторов конкурентоспособности обусловлены в первую очередь лучшими относительно других регионов статистическими показателями. В г. Минске показатель по компоненту «высшее образование и переподготовка кадров» существенно выше, чем в других регионах, в основном за счет большого количества студентов. Другим преимуществом, относящемуся к этому компоненту конкурентоспособности, является доступность услуг по повышению квалификации.

В Минске уровень технологической готовности существенно выше, чем в других регионах (5.64, см. Приложение 1). Высокий показатель по этому компоненту конкурентоспособности обусловлен в первую очередь высокими показателями, относящимся к использованию ИКТ. В Минске доля предприятий, использующих локальную сеть и собственный веб-сайт, выше, чем в других регионах. Согласно результатам опроса, в Минске предприятия активно используют ИКТ как для взаимодействия друг с другом, так и для продвижения и продаж своей продукции. Большинство других факторов, относящихся к уровню технологической готовности региона, развиты примерно на том же уровне, как и в областях (некоторые факторы, например, распространенность получения патентов и лицензий и предоставление местными властями услуг для бизнеса с целью повышения его конкурентоспособности, развиты даже в меньшей степени, чем в остальных регионах).



**Таблица 5. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса: сильные и слабые стороны г. Минска**

Слабые места		Сильные стороны	
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: компенсация затрат малых инновационных предприятий по участию в выставках	2.22	Эффективность использования Интернета: доступ к новым заказчикам	5.74
Политика местных властей: услуги бизнесу	2.80	Использование Интернета для продаж товаров и услуг	5.39
Эффективность политики местных властей: привлечение инвестиций	2.87	Доступ к Интернету в учебных заведениях	5.38
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: специальное обучение	2.97	Количество местных поставщиков	5.11
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: разработка региональных программ по развитию экспорта	3.03	Возможность женщин достигать лидерских позиций	4.85

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Размер рынка (как внешнего, так и внутреннего) является преимуществом Минска. Этот компонент конкурентоспособности целиком сформирован статистическими показателями, поэтому вследствие особенностей нормализации данных Минск отличается от других регионов в значительно большей степени, чем это следует из различий в самих статистических показателях. Тем не менее больший размер рынка позволяет предприятиям повышать свою конкурентоспособность за счет экономии на масштабах производства.

К другим преимуществам Минска на уровне факторов роста эффективности относятся большое количество местных поставщиков и хорошее качество их работы, а также достаточно высокая степень конкуренции на внутреннем рынке. На уровне факторов, связанных с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса, в качестве сильных сторон Минска опрошенные отмечают хорошую работу компаний с потребителями, а также зависимость заработной платы менеджеров от результатов их труда, однако эти факторы являются сильными сторонами и других регионов Беларуси.

Большинство слабых сторон Минска лежит в области конкуренции на внешнем рынке. По результатам опроса, бизнес оценивает мероприятия по продвижению экспорта предприятий региона, проводимые местными органами власти, как неэффективные (реализация программ обучения предприятий по вопросам экспорта, разработка региональных программ развития экспорта, информационно-консультационная поддержка экспортеров и др.). Респонденты считают достаточно эффективной мерой только развитие выставочно-ярмарочной деятельности. Кроме того, бизнес отмечает неэффективность политики местных органов по привлечению иностранных инвестиций в экономику региона.

Согласно оценкам бизнеса, финансовый рынок в Минске является фактором конкурентоспособности в меньшей степени, чем в большинстве других регионов (Минску уступает только Минская область). Респонденты из Минска отмечают наличие определенных сложностей при привлечении финансирования на развитие бизнеса, а также считают, что конкуренция между поставщиками финансовых услуг не обеспечивает в достаточной степени предложение таких услуг по доступным ценам. Среди факторов, связанных с инновациями, проблемами Минска, отмеченными респондентами, являются низкая активность бизнеса в области вложения средств в НИОКР, а также недостаточно тесное сотрудничество бизнеса с научно-исследовательскими центрами и университетами. Компании чаще получают новые технологии путем «копирования» и покупки лицензий, чем благодаря собственным исследованиям.

### 3.6. Минская область

В Минской области субиндекс конкурентоспособности по факторам роста эффективности составляет 3.87 (выше среднего значения по стране), а по факторам, связанным с инновациями, навыками и опытом ведения бизнеса – 3.54 (несколько ниже среднего значения по стране, см. Приложение 1).

Качество высшего образования и уровень развития услуг по переподготовке кадров является преимуществом Минской области. Респонденты отмечают, что в целом система образования скорее отвечает потребностям конкурентоспособной экономики, а качество преподавания математики и естественных наук в школах региона высокое (однако респонденты не удовлетворены качеством образования в области менеджмента и бизнеса). По результатам опроса, в Минской области услуги по повышению квалификации являются доступными (вероятно, вследствие географической близости г. Минска). Рынок труда в регионе является достаточно эффективным: большинство статистических показателей в Минской области лучше, чем в среднем по стране. Тем не менее респонденты отмечают, что регион в целом нельзя назвать привлекательным для талантливых людей.

Опрошенные оценивают уровень конкуренции в области в целом как высокий. Преимущества Минской области сосредоточены в области конкуренции как на внешнем, так и на внутреннем рынке. По мнению респондентов из Минской области, налоговые льготы и государственные субсидии искажают конкуренцию в невысокой степени (4.37 против среднего по стране 3.85). Компании в регионе удовлетворены как количеством поставщиков на внутреннем рынке, так и качеством их работы. Респонденты также отмечают эффективность некоторых мероприятий, проводимых местными органами власти с целью поддержки экспорта (активизация выставочно-ярмарочной деятельности, проведение для малых и средних предприятий обучения по продвижению продукции на зарубежных рынках), однако другие меры оказываются неэффективными (информационно-консультационная поддержка экспорта, компенсация затрат МСП, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях).

**Таблица 6. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса: сильные и слабые стороны Минской области**

Слабые места		Сильные стороны	
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: компенсация затрат малых инновационных предприятий по участию в выставках	1.50	Доступ к Интернету в учебных заведениях	5.46
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: информационно-консультационная поддержка	2.50	Эффективность использования Интернета: доступ к новым заказчикам	5.23
Распространенность кластеров	2.60	Использование Интернета для продаж товаров и услуг	5.08
Взаимодействие компаний в сфере передачи знаний и инноваций	2.68	Спектр финансовых услуг для бизнеса	5.07
Распространенность покупок лицензий и патентов	2.89	Количество местных поставщиков	5.03

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Среди факторов, связанных с инновациями, преимуществами Минской области является достаточное количество инженеров и хорошая работа компаний с потребителями.

Большинство проблем Минской области связаны с невысокой «способностью» предприятий региона осваивать новые технологии. Респонденты отмечают низкую распространенность практики приобретения патентов и лицензий и не считают сотрудничество между компаниями в сфере передачи знаний и инноваций тесным. Иностранные инвестиции скорее не являются важным источником новых технологий в регионе, а спектр услуг, предоставляемых местными органами бизнесу с целью повышения его экономической эффективности, недостаточно широкий. Еще одной проблемой является низкая распространенность кластеров в регионе. Конкурентные преимущества, которые могли бы быть созданы при формировании кластеров, остаются упущенными.

Показатель по компоненту конкурентоспособности «развитие финансового рынка» в Минской области хуже, чем в остальных регионах, за счет низкой задолженности по кредитам относительно ВРП (этот показатель более чем в 2 раза ниже среднего по стране). Тем не менее респонденты удовлетворены спектром услуг на финансовом рынке и ценами на них.

Проблемой, лежащей в области факторов, связанных с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса является несоответствие производственных процессов компаний в регионе современному уровню. По результатам опроса, высшее руководство компаний в целом не готово делегировать полномочия своим подчиненным (при этом зарплата менеджеров скорее зависит от результатов их труда). Проблемами, тормозящими развитие сферы инноваций, является невысокое качество разработок научно-исследовательских центров, а также отсутствие тесного сотрудничества между научно-исследовательскими организациями и бизнесом.

### 3.7. Могилевская область

Субиндекс по факторам роста эффективности в Могилевской области составляет 3.45 (ниже среднего по стране), а по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса – 3.67 (примерно соответствует среднему уровню по стране, см. Приложение 1).

Качество высшего образования и доступность услуг по повышению квалификации является преимуществом Могилевской области. Респонденты отмечают, что система образования в регионе в целом соответствует потребностям конкурентоспособной экономики, а качество преподавания естественных и математических наук находится на хорошем уровне. С другой стороны, опрошенные отмечают, что качество образования в области менеджмента и бизнеса нельзя назвать высоким.

**Таблица 7. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса: сильные и слабые стороны Могилевской области**

Слабые места		Сильные стороны	
Принятие решений о покупках: ориентация на цену, а не на качество	2.67	Эффективность использования Интернета: доступ к новым заказчикам	6.05
Привлекательность региона для талантливых людей	2.73	Доступ к Интернету в учебных заведениях	6.00
Распространенность кластеров	2.82	Использование Интернета для продаж товаров и услуг	5.55
Преимущество на международных рынках: цена, а не качество	2.96	Сила конкуренции на рынке	5.44
Эффективность мероприятий по продвижению экспорта: компенсация затрат малых инновационных предприятий по участию в выставках	3.00	Возможность женщин достигать лидерских позиций	5.30

Источник: Исследовательский центр ИПМ.

Согласно оценкам респондентов, эффективность рынка товаров в Могилевской области выше, чем в других регионах. Респонденты называют конкуренцию на рынке региона высокой и отмечают, что количество и качество работы поставщиков удовлетворительное. Среди регионов Беларуси только респонденты Могилевской области считают, что государственные предприятия находятся скорее в равных условиях с остальными компаниями (в других регионах государственные предприятия, по мнению респондентов, находятся в привилегированном положении по сравнению с частными). Могилевская область является единственным регионом, товары и услуги которого, по оценкам участников опроса, конкурируют на внешнем рынке скорее эффективно. Респонденты отмечают эффективность большинства мероприятий по продвижению экспорта, проводимых местными органами власти: разработки региональных программ развития экспорта, проведения рекламных кампаний, развития выставочно-ярмарочной деятельности и информационных услуг экспортерам. Мероприятия, связанные с реализацией учебных программ для экспортеров, респонденты считают неэффективными. Преимуществами Могилевской области являются предсказуемость и прозрачность регулирования импорта; также респонденты полагают, что таможенные процедуры скорее эффективны.

Респонденты Могилевской области удовлетворены уровнем развития финансового рынка, а активность на финансовом рынке в регионе является одной из самых высоких в стране. Опрошенные отмечают, что конкуренция между поставщиками финансовых услуг обеспечивает широкий спектр таких услуг по доступным ценам. С другой стороны, компании

региона сталкиваются с определенными сложностями при получении финансирования на развитие бизнеса в регионе.

«Способность» осваивать новые технологии в Могилевской области выше, чем в других регионах. По результатам опроса, передовые технологии скорее доступны бизнесу в регионе и компании достаточно активно их применяют. Большинство преимуществ, обеспечивающих способность осваивать технологии, относятся к использованию ИКТ. Предприятия в регионе активно используют Интернет для продвижения продукции и коммуникации с другими компаниями. Респонденты также отмечают, что ИКТ способствуют развитию новых организационных моделей внутри предприятий в регионе. Тем не менее сотрудничество между предприятиями в сфере передачи знаний и инноваций недостаточно тесное.

На уровне факторов, связанных с опытом и навыками ведения бизнеса, преимуществом Могилевской области является широкий охват экспортерами «цепочки создания стоимости» и хорошая работа компаний с потребителями. Еще одной сильной стороной региона является оплата труда менеджеров с учетом их достижений в противовес фиксированной заработной плате.

По мнению респондентов, в Могилевской области покупатели, принимая решение о покупке, в первую очередь ориентируются на цену товара, а не на его качественные характеристики, что главным образом обусловлено низкими доходами населения в регионе. Кроме того, предприятия отмечают, что их преимуществами на внешних рынках является скорее низкие цены и доступ к природным ресурсам, чем уникальные продукты или новые производственные процессы. Такая ситуация ставит конкурентоспособность продукции на внутреннем рынке в сильную зависимость от издержек производства и обуславливает высокую чувствительность компаний к изменениям в макроэкономической среде. В Могилевской области кластеры не распространены, поэтому конкурентные преимущества, которые могли бы обеспечены созданием кластеров, остаются нереализованными.

Как и в других регионах Беларуси, компании Могилевской области получают новые технологии чаще путем «копирования» и покупки лицензий, чем благодаря собственным разработкам. Сотрудничество между бизнесом и научно-исследовательскими организациями нельзя назвать тесным, а разработки научно-исследовательских организаций бизнес оценивает в целом низко.

#### **4. КРАТКИЕ ВЫВОДЫ**

В большинстве регионов Беларуси финансовый рынок развит лучше, а уровень технологической готовности выше, чем можно было бы ожидать исходя из размера регионального дохода. На уровне факторов роста эффективности преимущества большинства регионов лежат в области эффективности внутреннего рынка товаров (высокая конкуренция, достаточное количество местных поставщиков), эффективности финансового рынка (широкий выбор финансовых услуг для бизнеса по доступным ценам) и использования информационных и коммуникационных технологий (бизнес широко использует ИКТ для коммуникации с потребителями и с другими компаниями). Развитие факторов, связанных с инновациями, несколько выше, чем в странах со сходным уровнем дохода. Основными преимуществами является хорошая работа компаний с потребителями, а также система мотивации менеджмента (связь зарплаты менеджеров с результатами их труда).

В целом факторы роста эффективности в большинстве регионов Беларуси (за исключением г. Минска) развиты хуже, чем в странах, находящихся на той же стадии развития. Большинство проблем относятся к неэффективности конкуренции продукции белорусских регионов на внешних рынках, а также к отсутствию тесного сотрудничества в сфере передачи знаний и инноваций между компаниями. Практически во всех регионах существуют проблемы на рынке труда: он не является гибким, и ни один из регионов не является привлекательным для талантливых людей. Однако в странах со сходным уровнем дохода проблемы на рынке труда еще более существенные (см. Приложение 1). На уровне факторов, связанных с инновациями, проблемами, тормозящими развитие экономики, является низкое качество белорусских

научно-исследовательских разработок и отсутствие тесного сотрудничества между научно-исследовательскими организациями и бизнесом.

Повышение эффективности использования факторов производства – основа устойчивого развития всех регионов Беларуси. Поэтому устранение проблем на уровне этой группы факторов конкурентоспособности способно существенно улучшить перспективы развития как отдельных регионов, так и страны в целом. Несмотря на то, что все регионы Беларуси опережают страны со сходным уровнем дохода по развитию факторов, связанных с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса, создание условий для развития этой группы факторов конкурентоспособности позволит белорусским товарам и услугам конкурировать на мировых рынках со странами, находящимися на более высокой стадии развития.

## ЛИТЕРАТУРА

Точицкая, И., Пелипась, И. (2013). Конкурентоспособность регионов Беларуси: общий обзор, Исследовательский центр ИПМ, *рабочий материал* [WP/13/03](#).

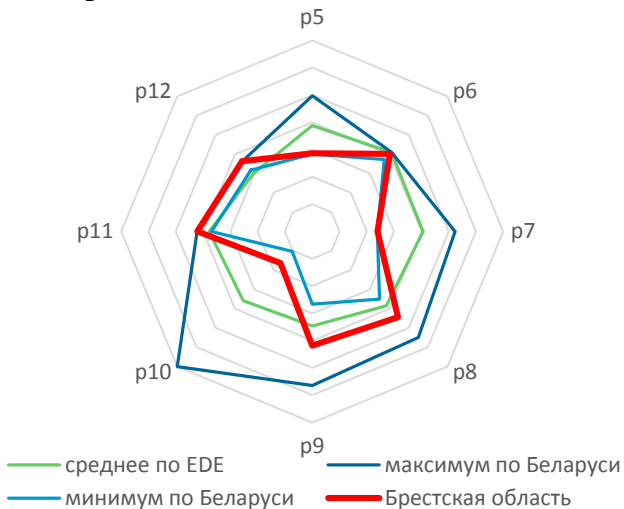
Шаппо, М. (2014). Базовые факторы конкурентоспособности: профили регионов Беларуси, Исследовательский центр ИПМ, *дискуссионный материал* [PDP/14/02](#).

Daneyko, P., Golenchenko, P. (2013). Hidden Champions of Belarus. In McKiernan, P., Purg, D. (eds.) *Hidden Champions in CEE and Turkey: Carving Out a Global Niche*, Springer.

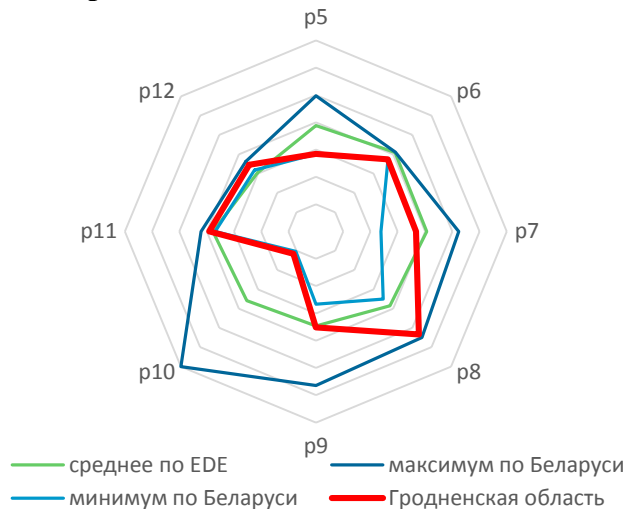
WEF (2013). *The Global Competitiveness Report 2013–2014: Full Data Edition*, World Economic Forum, Geneva.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1. КОМПОНЕНТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ И СТРАН СО СХОДНЫМ УРОВНЕМ ДОХОДА<sup>9</sup>: ФАКТОРЫ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ, ИННОВАЦИИ, ОПЫТ И НАВЫКИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА**

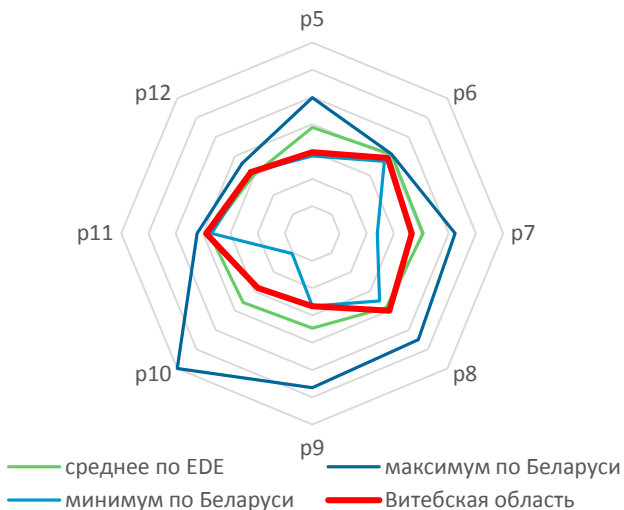
**Брестская область\***



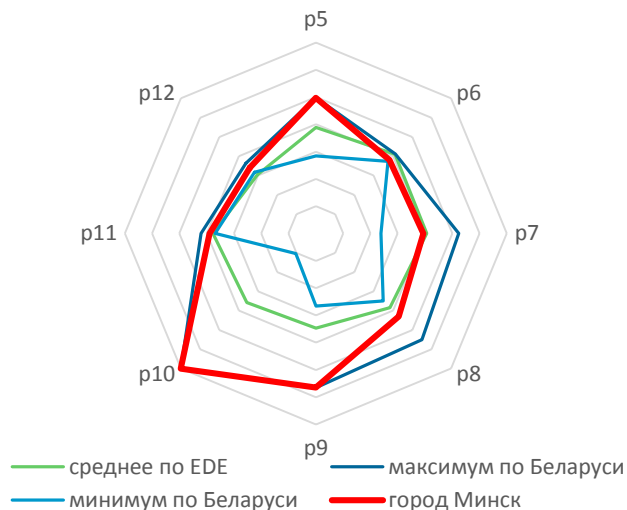
**Гродненская область\***



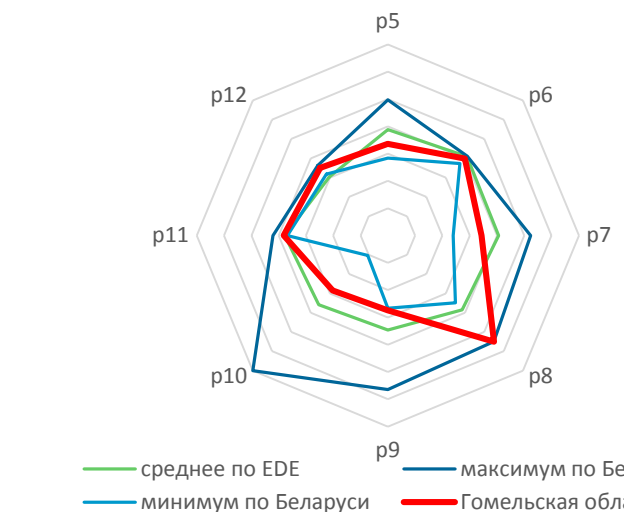
**Витебская область\***



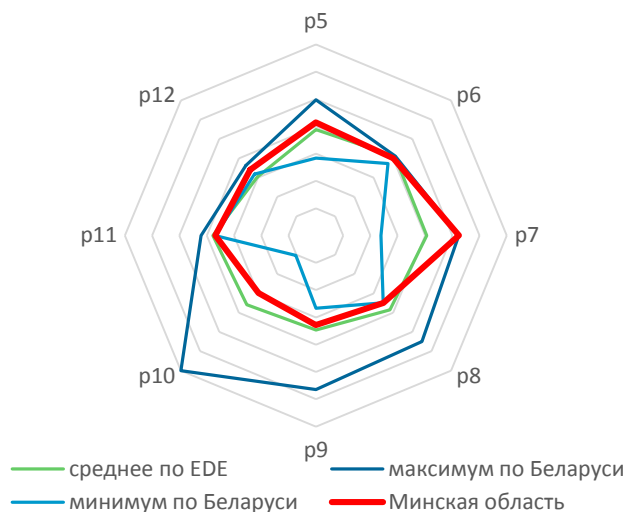
**г. Минск\***



**Гомельская область\***



**Минская область\***



<sup>9</sup> Efficiency-driven economies (EDE)

**Могилевская область\***



\* В графиках используются следующие условные обозначения:

- p5 – высшее образование и переподготовка кадров
- p6 – эффективность рынка товаров
- p7 – эффективность рынка труда
- p8 – развитие финансового рынка
- p9 – уровень технологической готовности
- p10 – размер рынка
- p11 – факторы, связанные с опытом и навыками ведения бизнеса
- p12 – НИОКР и инновации

Источник: Исследовательский центр ИПМ, WEF (2013).

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ДАННЫЕ ОПРОСА ПРЕДПРИЯТИЙ И СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ПО ФАКТОРАМ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ И ФАКТОРАМ, СВЯЗАННЫМ С ИННОВАЦИЯМИ, ОПЫТОМ И НАВЫКАМИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА**

**Таблица 1. Коды вопросов, задаваемых руководителям компаний в рамках опроса «Оценка конкурентоспособности регионов Беларуси» (для субиндексов «факторы роста эффективности» и «факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса»)**

<b>Вопрос руководителям компаний</b>	<b>Код</b>
По Вашему мнению, насколько система образования в Вашем регионе соответствует потребностям конкурентоспособной экономики?	q10.1
Как бы Вы оценили качество преподавания математики и естественных наук в школах Вашего региона?	q10.3
Как бы Вы оценили качество образования в области менеджмента или бизнеса в Вашем регионе?	q10.4
В какой мере качественные специализированные услуги в области повышения квалификации доступны в Вашем регионе?	q8.7
В какой мере предприятия в Вашем регионе вкладывают средства в развитие и обучение персонала?	q10.7
Как Вы считаете, в какой мере государственные субсидии и налоговые льготы искажают конкуренцию в Вашем регионе?	q3.8
Как бы Вы оценили конкуренцию на рынке Вашего региона?	q8.1
Как покупатели в Вашем регионе принимают решение о покупках?	q8.2
Насколько многочисленны местные поставщики в Вашем регионе?	q8.3
Удовлетворены ли Вы работой местных поставщиков?	q8.4
По Вашему мнению, в какой мере предприятия, принадлежащие государству, находятся в привилегированном положении в сравнении с частными компаниями в Вашем регионе?	q8.5
Как Вы считаете, насколько широко распространены кластеры в Вашем регионе (кластер представляет собой географическую концентрацию фирм, поставщиков, производителей связанных продуктов и услуг, специализированных институтов в определенных сферах деятельности, например: кластер обуви и кожгалантереи в Италии, кластер бытовой электроники в Японии)?	q8.6
О каких мероприятиях, проводимых местными органами власти и ориентированных на продвижение экспорта предприятий региона, Вам известно? Пожалуйста, оцените эффективность этих мероприятий с точки зрения продвижения экспорта.	q7.1
Разработка региональных программ развития экспорта	q7.1.a
Проведение масштабных рекламно-информационных кампаний	q7.1.b
Активизация и развитие выставочно-ярмарочной деятельности	q7.1.c
Информационно-консультационная поддержка экспортеров	q7.1.d
Проведение для малых и средних предприятий семинаров, конференций, круглых столов, издание пособий и т. п., связанных с темой продвижения продукции на рынки иностранных государств	q7.1.e
Реализация специальных программ обучения и повышения квалификации персонала предприятий по вопросам, связанным с экспортом товаров, работ, услуг	q7.1.f
Компенсация затрат действующих малых инновационных предприятий, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях	q7.1.g
По Вашему мнению, в какой мере нетарифные барьеры (например, предписания по ассортименту продукции для предприятий розничной торговли и т.п.) ограничивают конкуренцию со стороны импортных товаров в Вашем регионе?	q7.2
Как бы Вы оценили предсказуемость и прозрачность регулирования импорта в Вашем регионе?	q7.3
Как Вы оцениваете эффективность таможенных процедур в Вашем регионе?	q7.4
По Вашему мнению, насколько политика, проводимая местными органами власти, способствует притоку прямых инвестиций в Ваш регион?	q7.5
Имеют ли женщины в Вашем регионе те же возможности, что и мужчины, для достижения лидерских позиций?	q10.8
Как Вы считаете, удерживает ли и привлекает ли Ваш регион талантливых людей?	q10.5
В какой мере конкуренция между поставщиками финансовых услуг (банками, страховыми компаниями) в Вашем регионе обеспечивает предложение финансовых услуг по доступным ценам?	q6.1
Предоставляет ли финансовый сектор в Вашем регионе широкий выбор финансовых продуктов и услуг для бизнеса?	q6.2
Насколько просто компаниям в Вашем регионе привлечь финансирование на развитие бизнеса?	q6.3
В какой мере передовые технологии доступны предприятиям в Вашем регионе?	q5.1
В какой мере бизнес в Вашем регионе осваивает новые технологии?	q5.2



<b>Вопрос руководителям компаний</b>	<b>Код</b>
Насколько распространено в Вашем регионе приобретение лицензий и патентов (речь идет об объектах интеллектуальной собственности) для их последующего практического применения?	q5.3
Насколько прямые иностранные инвестиции являются источником новых технологий в Вашем регионе?	q5.4
Насколько тесным в Вашем регионе является взаимодействие и сотрудничество между предприятиями в сфере передачи знаний и инноваций?	q5.7
Предоставляют ли местные органы власти в Вашем регионе услуги бизнесу с целью повышения его экономических результатов?	q5.8
В какой мере ИКТ (информационно-коммуникационные технологии) обеспечивают возможность доступа всех граждан к базовым услугам (здравоохранение, образование, финансовые услуги и т.д.) в Вашем регионе?	q5.9
В какой мере использование ИКТ местными органами власти в Вашем регионе повышает качество услуг для граждан (например, сокращает время ожидания, количество ошибок, предоставляются новые услуги и т.д.)?	q5.10
В какой мере ИКТ способствуют созданию новых бизнес-моделей, продуктов и услуг в Вашем регионе?	q5.11
В какой мере ИКТ способствуют созданию новых организационных моделей (например, различные виды удаленной работы) внутри компаний/предприятий в Вашем регионе?	q5.12
Насколько активно предприятия в Вашем регионе используют ИКТ для взаимодействия и осуществления коммерческих операций?	q5.13
Насколько активно предприятия в Вашем регионе используют Интернет для продажи своих товаров и услуг покупателям?	q5.14
Повышает ли Интернет продажи предприятия и улучшает ли доступ к новым заказчикам в регионе?	q5.15
Насколько широко развит доступ к Интернету в учебных заведениях Вашего региона?	q5.16
По Вашему мнению, что является конкурентным преимуществом предприятий Вашего региона на международных рынках	q9.1
Насколько узко или широко предприятия-экспортеры Вашего региона охватывают «цепочку создания стоимости»?	q9.2
В какой мере предприятия в Вашем регионе используют современные маркетинговые инструменты и приемы?	q9.5
Насколько производственные процессы в Вашем регионе соответствуют современному уровню?	q9.6
Насколько активно предприятия в Вашем регионе внедряют новые бизнес-модели, организационные структуры или технические решения, которые позволяют им выгодно дифференцировать свою продукцию (товары и услуги) на рынке?	q9.7
Насколько хорошо предприятия в Вашем регионе работают с потребителями?	q9.8
Как бы Вы оценили готовность делегировать полномочия подчиненным на предприятиях Вашего региона?	q9.9
В какой мере оплата труда менеджеров среднего и высшего уровня в Вашем регионе зависит от результатов их труда (в противовес фиксированной зарплате)?	q9.10
Как бы Вы оценили разработки научно-исследовательских организаций в Вашем регионе?	q5.5
В какой мере бизнес и научно-исследовательские организации/университеты сотрудничают в области научных исследований и разработок в регионе?	q5.6
Насколько активно предприятия в Вашем регионе вкладывают средства в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР)?	q9.3
Каким образом предприятия в Вашем регионе получают технологии?	q9.4
Удовлетворяется ли спрос на инженеров на рынке труда в Вашем регионе?	q10.6

**Таблица 2. Коды статистических данных, относящихся к факторам роста эффективности**

<b>Показатель</b>	<b>Код</b>
Количество студентов на 10 000 чел. населения	S15
Коэффициент общего оборота рабочей силы	S16
Коэффициент снижения занятости	S17
Коэффициент экономической активности населения	S18
Задолженность по кредитам относительно ВРП	S19
Удельный вес организаций, имеющих локальную сеть	S20
Удельный вес организаций, имеющих веб-сайт	S21
Емкость внутреннего рынка	S22
Экспорт товаров и услуг, за исключением нефти, нефтепродуктов и калийных удобрений	S23

Таблица 3. Факторы роста эффективности и факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса

Фактор конкурентоспособности	Брестская	Витебская	Гомельская	Гродненская	Минск	Минская	Могилевская
<b>ФАКТОРЫ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ</b>	<b>3.29</b>	<b>3.35</b>	<b>3.66</b>	<b>3.42</b>	<b>4.90</b>	<b>3.87</b>	<b>3.45</b>
<b>5. Высшее образование и переподготовка кадров</b>	<b>2.86</b>	<b>2.97</b>	<b>3.36</b>	<b>2.84</b>	<b>4.97</b>	<b>4.14</b>	<b>3.32</b>
<b>5.1. Количество</b>	<b>1.00</b>	<b>1.80</b>	<b>1.78</b>	<b>1.29</b>	<b>7.00</b>	<b>4.00</b>	<b>1.73</b>
S15	1.00	1.80	1.78	1.29	7.00	4.00	1.73
<b>5.2. Качество</b>	<b>3.95</b>	<b>3.70</b>	<b>4.57</b>	<b>3.70</b>	<b>3.93</b>	<b>4.15</b>	<b>4.04</b>
q10.1	3.90	3.65	4.52	3.48	3.80	4.29	4.52
q10.3	4.38	4.11	4.96	4.17	4.20	4.67	4.56
q10.4	3.58	3.35	4.24	3.45	3.78	3.50	3.04
<b>5.3. Переподготовка кадров</b>	<b>3.72</b>	<b>3.51</b>	<b>3.81</b>	<b>3.61</b>	<b>4.15</b>	<b>4.41</b>	<b>4.30</b>
q8.7	3.86	3.74	4.00	3.60	4.52	4.76	4.54
q10.7	3.58	3.29	3.62	3.62	3.78	4.05	4.06
<b>6. Эффективность рынка товаров</b>	<b>4.02</b>	<b>3.92</b>	<b>3.99</b>	<b>3.74</b>	<b>3.81</b>	<b>4.01</b>	<b>4.11</b>
<b>6.1. Конкуренция</b>	<b>4.02</b>	<b>3.92</b>	<b>3.99</b>	<b>3.74</b>	<b>3.81</b>	<b>4.01</b>	<b>4.11</b>
<b>6.1.1. На внутреннем рынке</b>	<b>4.38</b>	<b>4.05</b>	<b>4.08</b>	<b>3.77</b>	<b>4.03</b>	<b>4.18</b>	<b>4.14</b>
q3.8	4.12	3.72	3.44	3.55	3.81	4.37	3.94
q8.1	5.32	4.94	5.62	4.85	4.84	4.75	5.44
q8.2	4.32	3.24	3.10	3.44	3.80	4.08	2.67
q8.3	5.14	4.58	5.16	4.55	5.11	5.03	5.12
q8.4	4.48	4.60	4.67	4.15	4.35	4.69	4.92
q8.5	3.50	3.94	3.14	3.23	3.17	3.76	4.10
q8.6	3.80	3.32	3.43	2.63	3.13	2.60	2.82
<b>6.1.2. На внешнем рынке</b>	<b>3.19</b>	<b>3.61</b>	<b>3.79</b>	<b>3.66</b>	<b>3.29</b>	<b>3.61</b>	<b>4.04</b>
q7.1.a	2.59	2.92	4.32	2.93	3.03	4.00	4.16
q7.1.b	2.78	3.57	4.36	3.79	3.15	3.86	4.37
q7.1.c	3.20	4.47	4.52	4.41	4.40	5.00	5.26
q7.1.d	2.80	3.50	4.06	3.23	3.28	2.50	4.11
q7.1.e	2.80	3.93	3.62	3.54	3.10	4.33	3.43
q7.1.f	2.82	3.00	3.62	3.39	2.97	3.17	3.50
q7.1.g	2.39	3.08	3.63	2.56	2.22	1.50	3.00
q7.2	3.96	3.95	3.39	3.76	3.74	3.67	3.80
q7.3	4.04	3.76	2.98	4.44	3.51	4.00	4.44
q7.4	4.02	4.03	4.24	4.22	3.98	4.33	4.63
q7.5	3.76	3.50	2.96	3.94	2.87	3.31	3.71
<b>7. Эффективность рынка труда</b>	<b>2.39</b>	<b>3.65</b>	<b>3.44</b>	<b>3.67</b>	<b>3.94</b>	<b>5.24</b>	<b>3.55</b>
<b>7.1. Гибкость рынка труда</b>	<b>1.55</b>	<b>4.09</b>	<b>3.76</b>	<b>3.89</b>	<b>4.00</b>	<b>5.45</b>	<b>4.04</b>
S16	2.10	7.00	5.28	1.49	1.00	6.51	5.71
S17	1.00	1.18	2.25	6.29	7.00	4.38	2.36
<b>7.2. Эффективность использования таланта</b>	<b>3.23</b>	<b>3.20</b>	<b>3.11</b>	<b>3.46</b>	<b>3.88</b>	<b>5.03</b>	<b>3.06</b>
q10.8	5.04	5.50	5.22	4.93	4.85	4.80	5.30
q10.5	2.92	2.74	3.10	2.75	3.61	3.28	2.73
S18	1.73	1.36	1.00	2.69	3.18	7.00	1.15
<b>8. Развитие финансового рынка</b>	<b>4.44</b>	<b>4.00</b>	<b>5.50</b>	<b>5.34</b>	<b>4.30</b>	<b>3.50</b>	<b>4.97</b>
<b>8.1. Эффективность финансового рынка</b>	<b>4.44</b>	<b>4.00</b>	<b>5.50</b>	<b>5.34</b>	<b>4.30</b>	<b>3.50</b>	<b>4.97</b>
q6.1	4.30	4.33	5.04	6.04	3.88	4.19	4.80
q6.2	4.70	4.09	5.24	5.13	4.60	5.07	5.14
q6.3	3.78	3.20	4.71	3.67	3.27	3.73	3.48
S19	4.97	4.38	7.00	6.53	5.43	1.00	6.46

Фактор конкурентоспособности	Брестская	Витебская	Гомельская	Гродненская	Минск	Минская	Могилевская
<b>9. Уровень технологической готовности</b>	<b>4.18</b>	<b>2.67</b>	<b>2.75</b>	<b>3.51</b>	<b>5.65</b>	<b>3.28</b>	<b>3.43</b>
<b>9.1. Освоение технологий</b>	<b>4.40</b>	<b>4.06</b>	<b>4.30</b>	<b>4.34</b>	<b>4.30</b>	<b>3.99</b>	<b>4.50</b>
q5.1	4.54	3.88	4.15	4.67	4.56	4.50	4.43
q5.2	4.34	4.02	4.29	4.21	4.43	3.85	4.32
q5.3	3.88	3.64	3.36	3.62	3.30	2.89	3.90
q5.4	4.04	3.38	3.39	4.00	3.59	3.21	3.95
q5.7	3.82	2.83	3.40	3.51	3.46	2.68	3.17
q5.8	3.60	3.40	3.64	3.58	2.80	2.97	3.88
q5.9	4.38	4.34	5.18	4.44	4.41	3.69	4.35
q5.10	4.24	4.06	4.19	4.29	4.18	3.84	4.30
q5.11	4.08	4.00	4.17	3.87	3.89	3.66	4.17
q5.12	4.38	3.95	4.28	4.22	4.28	4.04	4.49
q5.13	4.88	4.41	4.63	4.43	4.72	4.76	4.45
q5.14	4.98	5.00	4.90	5.08	5.39	5.08	5.55
q5.15	5.32	5.08	5.12	5.28	5.74	5.23	6.05
q5.16	5.18	4.86	5.52	5.52	5.38	5.46	6.00
<b>9.2. Использование ИКТ</b>	<b>3.97</b>	<b>1.27</b>	<b>1.19</b>	<b>2.68</b>	<b>7.00</b>	<b>2.57</b>	<b>2.36</b>
S20	5.32	1.28	1.00	4.36	7.00	3.41	2.79
S21	2.61	1.26	1.39	1.00	7.00	1.73	1.92
<b>10. Размер рынка</b>	<b>1.64</b>	<b>2.83</b>	<b>2.85</b>	<b>1.16</b>	<b>7.00</b>	<b>2.98</b>	<b>1.04</b>
<b>10.1. Размер внутреннего рынка</b>	<b>1.80</b>	<b>3.44</b>	<b>2.99</b>	<b>1.15</b>	<b>7.00</b>	<b>2.81</b>	<b>1.00</b>
S22	1.80	3.44	2.99	1.15	7.00	2.81	1.00
<b>10.2. Размер внешнего рынка</b>	<b>1.17</b>	<b>1.00</b>	<b>2.45</b>	<b>1.19</b>	<b>7.00</b>	<b>3.47</b>	<b>1.16</b>
S23	1.17	1.00	2.45	1.19	7.00	3.47	1.16
<b>ФАКТОРЫ, СВЯЗАННЫЕ С ИННОВАЦИЯМИ, ОПЫТОМ И УМЕНИЕМ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА</b>	<b>3.92</b>	<b>3.53</b>	<b>3.66</b>	<b>3.68</b>	<b>3.65</b>	<b>3.54</b>	<b>3.67</b>
<b>11. Факторы связанные с опытом и умением ведения бизнеса</b>	<b>4.21</b>	<b>3.88</b>	<b>3.82</b>	<b>3.91</b>	<b>3.89</b>	<b>3.69</b>	<b>3.96</b>
q9.1	4.12	3.90	3.57	4.29	3.97	3.57	2.96
q9.2	4.24	3.67	3.65	4.64	3.84	3.92	4.69
q9.5	4.48	3.91	3.83	3.55	3.91	3.70	3.42
q9.6	3.94	3.39	3.44	3.56	3.55	3.03	3.71
q9.7	4.06	3.65	3.77	3.88	3.58	3.41	3.76
q9.8	4.56	4.61	4.30	4.08	4.30	4.61	4.92
q9.9	3.82	3.58	3.51	3.46	3.68	3.06	3.63
q9.10	4.48	4.33	4.46	3.84	4.31	4.19	4.60
<b>12. НИОКР и инновации</b>	<b>3.63</b>	<b>3.18</b>	<b>3.50</b>	<b>3.45</b>	<b>3.42</b>	<b>3.40</b>	<b>3.37</b>
q5.5	3.62	2.97	3.07	3.61	3.57	3.13	3.26
q5.6	3.72	3.26	3.56	3.50	3.31	3.00	3.26
q9.3	3.32	3.14	3.17	3.25	3.04	3.07	3.41
q9.4	3.56	3.00	3.21	3.35	3.33	3.52	3.20
q10.6	3.94	3.51	4.50	3.55	3.84	4.29	3.74

Источник: Исследовательский центр ИПМ.