

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Михал Гужиньски*

Аналитическая записка

Резюме

Работа посвящена проблемам взаимодействия частных предпринимателей Беларуси и организаций бизнес-среды (центры поддержки предпринимательства, инкубаторы малого предпринимательства, технопарки, фонды финансовой поддержки предпринимательства, бизнес-союзы и ассоциации, а также консалтинговые фирмы и бизнес-школы). Анализировались склонность частных фирм к членству в бизнес-союзах, сферы сотрудничества между предпринимателями и организациями бизнес-среды, оценка качества функционирования этих организаций, ожидания предпринимателей в области сотрудничества с организациями, поддерживающими бизнес, а также основные препятствия на пути сотрудничества между этими организациями и предпринимателями. В результате анализа выделены четыре фактора, препятствующие сотрудничеству между предпринимателями и организациями бизнес-среды и обеспечению этими организациями набора услуг, соответствующего ожиданиям частного бизнеса. Работа содержит ряд конкретных рекомендаций, направленных на улучшение функционирования организаций бизнес-среды в Беларуси.

Содержание

1. Введение	2
2. Сотрудничество предпринимателей с организациями бизнес-среды.....	2
3. Оценка качества функционирования и предлагаемых услуг.....	5
4. Главные препятствия для сотрудничества между предприятиями и организациями бизнес-среды	7
5. Выводы и рекомендации	7

Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ
WP/07/09



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР ИПМ
исследования • прогнозы • мониторинг

ул. Захарова, 76–88, 220088, Минск, Беларусь
тел./факс +375 17 210 0105
веб-сайт: <http://research.by/>, e-mail: research@research.by

© 2007 Исследовательский центр ИПМ

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

* Михаил Гужиньски – эксперт CASE – Центр социально-экономических исследований (Варшава), e-mail: michal.gorzynski@case-research.eu.

1. Введение

Целью проведенного исследования явились анализ и оценка качества функционирования организаций бизнес-среды в Беларуси, а также их сотрудничество с предпринимателями. Поскольку исследование охватывало предприятия, результаты представляют оба вопроса с их точки зрения, о чем необходимо помнить. В ходе исследования принимались во внимание такие виды организаций бизнес-среды, как центры поддержки предпринимательства (ЦПП), инкубаторы малого предпринимательства (ИМП), технопарки, фонды финансовой поддержки предпринимательства (ФФПП), отраслевые бизнес-ассоциации, республиканские и региональные (областные, районные, городские) бизнес-союзы, частные (коммерческие) консалтинговые фирмы, бизнес-школы.

В рамках данного проекта сначала исследованы, а затем проанализированы следующие проблемы:

- склонность частных фирм к членству в организациях бизнес-среды в Беларуси и к сотрудничеству с ними;
- определение области сотрудничества между предпринимателями и организациями бизнес-среды;
- оценка качества функционирования этих организаций (вместе с оценкой качества предлагаемых услуг) с точки зрения предпринимателей;
- изучение ожиданий предпринимателей в области сотрудничества с организациями бизнес-среды;
- идентификация основных препятствий для сотрудничества между организациями бизнес-среды и предпринимателями.

Исследование этих проблем проводилось с помощью целого ряда инструментов: фокус-группы с представителями предпринимателей, репрезентативный опрос представителей частного бизнеса Беларуси и беседы с представителями бизнес-союзов и исследователями. В результате разработаны рекомендации с целью улучшения функционирования организаций бизнес-среды, направленного на рост конкурентоспособности белорусских фирм (особенно в частном секторе).

2. Сотрудничество предпринимателей с организациями бизнес-среды

Результаты проведенного исследования показали, что только около 10% исследованных фирм участвуют в различного вида организациях, представляющих интересы предпринимателей. Намного чаще членами организаций предпринимателей являются крупные фирмы (на которых работают от 101 до 200 и свыше 200 чел.) – «охват» составил 22 и 30% соответственно. Наименьший интерес к такого типа организациям проявляют средние фирмы (от 51 до 100 чел.) – членство составляет только 5%. Даже среди микропредпринимателей этот показатель оказался выше (хотя и ниже среднего – 8.5%).

На основании результатов проведенного исследования не выявлено однозначной зависимости между возрастом фирмы и склонностью к участию в организациях, представляющих интересы предпринимателей. Чаще всего среди исследуемых фирм участие в такого типа организациях подтверждали фирмы, основанные между 2001 и 2003 гг. (15.4%), а реже всего – после 2004 г. (5.5% респондентов). Процент положительных ответов среди фирм-старожилов находился на среднем уровне – около 10%.

Интересные результаты показал анализ склонности фирм к участию в организациях предпринимателей в зависимости от основной сферы деятельности. Почти 22% промышленных фирм являются членами такого типа организаций, тогда как в случае фирм строительного сектора – только 2%. Меньшую заинтересованность в членстве проявили также фирмы, функционирующие в сфере торговли и общественного питания, а также бытового обслуживания. Это может свидетельствовать либо об отсутствии привлекательного предложения со

стороны организации бизнес-среды для фирм из вышеупомянутых секторов, либо о меньшей склонности таких фирм к горизонтальному сотрудничеству.

Намного чаще членами организаций, представляющих интересы предпринимателей, являются фирмы, придерживающиеся стратегий экспансии и работающие на международных рынках: 14% фирм, выбирающих в качестве основной стратегии экспансию, заявляют о своем членстве в подобного вида организациях – и только 5% фирм, чья деятельность сконцентрирована на сохранении нынешнего уровня и выживании. Членство на уровне 14% отмечается и в случае предприятий, для которых зарубежные потребители являются основным потребителями продукции/услуг, а среди экспортирующих фирм почти каждая пятая фирма является членом такого типа организаций. Для сравнения, среди фирм, которые сотрудничают в основном с государственными и бюджетными учреждениями, членство составляет всего лишь 2.3%. При этом не отмечена зависимость между экономической ситуацией фирмы и склонностью к членству в бизнес-союзах.

Подводя итог данной части анализа, можно утверждать, что наиболее вероятным членом организации, представляющей интересы предпринимателей, является крупная промышленная фирма, активная на зарубежных рынках.

Исследование показало, что предприятия чаще всего сотрудничают с консалтинговыми фирмами (9.7%) и школами бизнеса (7.6%), а опыт сотрудничества (то есть фирма раньше сотрудничала или сотрудничает в данный момент) имеют 15.4% и 12.6% соответственно. Эти результаты могут указывать, что фирмы большего всего нуждаются в консалтинговых и образовательных услугах, причем эти потребности в основном удовлетворяются коммерческими организациями.

Анализируя ответы фирм, декларирующих существование в настоящее время сотрудничества с консалтинговыми фирмами, следует отметить, что реже всего такое сотрудничество устанавливали новые фирмы, а чаще всего – фирмы, основанные до 1996 г. (соответственно 5% и почти 14%). Чем крупнее предприятие и чем более оно ориентировано на зарубежные рынки, тем охотнее оно сотрудничает с консалтинговыми фирмами: среди предприятий, нанимающих более 200 чел., такое сотрудничество отмечено в 57% случаев; среди предприятий, ориентированных на зарубежные рынки, их доля составляет 23%. Подобным образом выглядит ситуация и в случае сотрудничества с бизнес-школами.

С организациями, представляющими предпринимателей (ЦПП и республиканские и региональные бизнес-союзы¹ – за исключением отраслевых бизнес-ассоциаций) сотрудничает 5% либо имеет опыт сотрудничества (то есть фирма раньше сотрудничала или сотрудничает в данный момент) около 10% исследуемых фирм. Среди исследуемых предприятий чаще всего сотрудничество с ЦПП в настоящее время поддерживали фирмы, основанные до 1996 г. (7.8%), из промышленного сектора (13.5%) (стоит отметить нулевой процент фирм строительного сектора), средние по величине – с количеством работающих от 51 до 200 чел. (12.5%), ориентированные на зарубежные рынки и находящиеся в относительно лучшем экономическом положении (соответственно почти 11 и 7.6%). С республиканскими и региональными бизнес-союзами сотрудничают прежде всего фирмы, основанные до 2003 г., занятые в строительном (почти 9%) и промышленном (более 6%) секторах, нанимающие на работу от 101 до 200 чел. (22%). С отраслевыми бизнес-ассоциациями сотрудничают самые старые фирмы (почти 9%), занятые в секторе услуг, с наибольшим числом работников (более 200 чел.).

Менее всего исследуемых фирм сотрудничают либо сотрудничало раньше с технологическими парками (соответственно 2.3 и 4%), ИМП (соответственно 1.2 и 3.9%), а также с ФФПП (соответственно 3.5 и 3.7%), то есть с более специализированными организациями бизнес-среды. Сотрудничество с инкубаторами бизнеса подтвердили фирмы, основанные до 2000 г. (в основном до 1996 г.), занятые в секторах торговли и общественного питания и производстве – промышленности (отсутствие показателей фирм из других секторов), нани-

¹ Областные, районные, городские.

мающие от 51 до 200 чел. Структура фирм, сотрудничающих с инкубаторами предпринимательства (фирмы относительно крупные с большим стажем), свидетельствует об отсутствии понимания сущности этого инструмента как предпринимателями, так и самими организациями. Можно даже предложить, что мы имеем дело не с инкубаторами (отсутствие новых и малых фирм), а с «арендуемыми площадями», что не соответствует понятию инкубатора предпринимательства. С технопарками на данный момент чаще всего сотрудничают фирмы из сектора транспорта и связи (более 8%), нанимающие от 101 до 200 чел. (13.3%).

В случае трех исследуемых видов организаций бизнес-среды, то есть ИМП, технопарков и фондов финансовой поддержки предпринимательства, больший процент исследуемых предприятий сотрудничал в прошлом по сравнению с сотрудничеством в данный момент (в случае первых двух организаций разница в ответах значительна). Это может свидетельствовать либо об успешных и быстрых результатах сотрудничества фирм и организаций бизнес-среды (в случае инкубаторов – с успешным процессом «вращения» фирм), либо о прекращении сотрудничества между фирмами, например, вследствие несоответствия предложения потребностям фирмы или ненадлежащего качества предоставляемых услуг, что в результате проведенного анализа кажется более правдоподобным.

В случае остальных организаций бизнес-среды процент фирм, которые сотрудничали в прошлом, не превышает процент фирм, которые сотрудничают с ними в настоящее время, что может свидетельствовать о долгосрочном характере сотрудничества. Анализируя данные, приведенные в табл. 1, можно утверждать, что долгосрочное сотрудничество распространяется прежде всего на консалтинговые фирмы и бизнес-школы. Это может означать, что эти организации предоставляют услуги более высокого качества и в большей степени отвечающие нуждам предпринимателей.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Сотрудничаете ли вы в настоящее время или сотрудничали в прошлом с организациями бизнес-среды (поддерживающими развитие частного бизнеса)?», %

	Да	В настоящее время		
		Нет, но я знаю, что нет, в прошлом – да	Нет, но я знаю, что такая возможность существует	Нет, и я не знаю о существовании таких организаций
1. Центр поддержки предпринимательства (ЦПП)	5.0	5.0	58.6	31.4
2. Инкубатор малого предпринимательства (ИМП)	1.2	3.9	42.4	52.5
3. Технопарк	2.3	4.0	47.0	46.7
4. Фонд финансовой поддержки предпринимательства	3.5	3.7	51.7	41.0
5. Отраслевые бизнес-ассоциации	4.4	3.2	44.9	47.5
6. Республиканские и региональные (областные, районные, городские) бизнес-союзы	5.0	4.4	49.3	41.3
7. Частные, коммерческие консалтинговые фирмы	9.7	5.7	47.7	36.9
8. Бизнес-школы	7.6	5.0	55.8	31.6

Источник: собственные расчёты автора.

Среди предпринимателей наиболее распознаваемыми организациями бизнес-среды являются центры поддержки предпринимательства (68.6%), бизнес-школы (68.4%), а также частные консалтинговые фирмы (63,1%). Несмотря на самый высокий показатель распознаваемости, с центрами поддержки предпринимательства сотрудничает намного меньше исследуемых предприятий в сравнении с консалтинговыми фирмами или бизнес-школами, что может свидетельствовать о худшей оценке эффективности этих центров либо о несоответствии их услуг потребностям предпринимателей.

3. Оценка качества функционирования и предлагаемых услуг

Лучше всего предприниматели оценили сотрудничество с бизнес-школами и частными консалтинговыми фирмами (соответственно 45 и 41% респондентов оценили сотрудничество «хорошо» и «очень хорошо»). Во второй группе оказались организации предпринимателей – центры поддержки предпринимательства (37%) и отраслевые бизнес-ассоциации (36%). Меньше всего положительных оценок собрали технопарки (24.5% положительных ответов), организации, предлагающие финансовую поддержку (25.5%), а также республиканские и региональные бизнес-союзы – 26.1% положительных оценок.

Больше всего отрицательных мнений по поводу качества сотрудничества («плохое» либо «очень плохое» сотрудничество) высказано в адрес инкубаторов и технопарков (соответственно 55 и 49% негативных оценок), а также организаций, предлагающих финансовую поддержку (45%). Наименьшее количество негативных оценок получили частные консалтинговые фирмы и бизнес-школы (соответственно 32 и 36%). Следует обратить внимание, что, за исключением коммерческих консалтинговых фирм и бизнес-школ, для остальных организаций бизнес-среды количество негативных оценок оказалось большим, чем положительных. Это означает, что, исключая эти два вида организаций, предприниматели оценили качество сотрудничества с организациями бизнес-среды в целом как неудовлетворительное.

То, что предприниматели лучше всего оценивают сотрудничество с консалтинговыми фирмами и бизнес-школами, а хуже всего – с инкубаторами, технопарками и организациями, предлагающими финансовую поддержку, подтверждает сформулированный выше тезис о том, что ни предприниматели, ни сами организации не понимают в полной мере, для чего, собственно, созданы подобные организации и какие функции они выполняют (особенно это касается инкубаторов и технопарков). Это также может свидетельствовать о низком качестве услуг, для предоставления которых нужны кадры со специализированными знаниями и умениями, например, в области коммерциализации и международного трансфера технологий или финансирования инвестиций.

Результаты проведенного анализа показали, что чем старше фирма, тем выше оценка сотрудничества почти со всеми видами организаций бизнес-среды. Это может свидетельствовать о том, что со временем укрепляется взаимопонимание между предприятиями и организациями бизнес-среды: первые лучше узнают реальные возможности вторых, а последние, в свою очередь, предоставляют услуги в соответствии с нуждами предприятий.

Оценка сотрудничества фирмами разного размера не так однозначна. Как правило, хуже всего сотрудничество оценивают небольшие фирмы (самую низкую среднюю оценку получили технопарки и ФФПП), а лучше всего – средние фирмы, нанимающие на работу от 51 до 200 чел. В этой группе лучше всего оценивается сотрудничество с бизнес-школами и частными консалтинговыми фирмами. В случае более мелких фирм (51–100 чел.) высоко оценивается сотрудничество с центрами поддержки предпринимательства – самая высокая оценка в данной группе фирм. Сотрудничество с организациями бизнес-среды слабо оценили крупные фирмы с большим разбросом оценок. Фирмы, нанимающие более 200 чел., высоко оценили сотрудничество с отраслевыми бизнес-ассоциациями (средняя оценка 5), относительно хорошо – с республиканскими и региональными бизнес-союзами, бизнес-школами и консалтинговыми фирмами (средняя оценка в границах 3.5), зато низко – с остальными организациями бизнес-среды (средняя оценка 2).

Анализируя сотрудничество в разрезе основной сферы деятельности предприятия, можно сделать вывод, что выше всего сотрудничество с исследуемыми организациями оценили фирмы из сектора услуг (особенно высокие оценки получили технопарки и фонды финансовой поддержки предпринимательства), а затем – фирмы из сектора торговли и общественного питания (в этом случае фирмы лучше всего оценивают сотрудничество с бизнес-школами). Хуже всего сотрудничество с организациями бизнес-среды оценивают предприниматели, занимающиеся бытовым обслуживанием и строительством.

Предприниматели утверждают, что чаще всего пользовались юридической помощью (48%), повышением квалификации персонала (41%) и помощью по вопросам ведения хозяйственной деятельности (по законам, налогам и т. п. – 40% опрошенных). Реже всего они пользовались безвозмездной помощью (например, грантами) и услугами, направленными на стимулирование инноваций (помощь в международном трансфере технологий, в сфере защиты авторских и патентных прав, в инновационной деятельности и поиске партнеров для проведения НИОКР) – в среднем отрицательные ответы находились в границах 85–90%.

Что касается областей деятельности организаций бизнес-среды, в которых предприниматели заинтересованы больше всего (потенциальный спрос на услуги), но которыми не воспользовались, то речь в первую очередь идет об услугах и инструментах финансового характера: предоставление безвозмездной помощи (например, грантов) – 27.5% опрошенных проявили интерес, хотя раньше не пользовалась такой услугой, предоставление кредита или ссуды – 24%, помощь в привлечении финансовых ресурсов (поиск инвесторов) – 23.7%. На втором месте находятся помощь в получении информации о рынке (23%) и поддержка интернационализации деятельности (22%).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: «Оцените, пожалуйста, качество услуг, которыми вы пользовались, а также укажите, какими услугами вы хотели бы пользоваться, но до сих пор не делали этого», %

Услуги	Таковыми услугами мы не пользовались	Таковыми услугами мы пользовались (оценка качества услуг)					Таковыми услугами мы не пользовались, но хотели бы
		1	2	3	4	5	
1. Помощь в открытии бизнеса	57.7	1.7	3.9	8.2	7.2	3.9	17.4
2. Помощь в получении разрешений и лицензий	46.4	3.7	3.5	10.5	10.8	5.2	19.9
3. Повышение квалификации персонала	40.0	1.8	3.2	13.7	15.1	6.9	19.2
4. Поддержка в интернационализации деятельности	60.3	2.4	2.2	4.8	4.8	3.1	22.3
5. Консалтинговые услуги в области финансов	62.3	2.2	2.7	8.6	6.8	2.7	14.7
6. Юридическая помощь	33.8	1.9	3.8	12.4	20.2	9.6	18.3
7. Консалтинговые услуги в области маркетинга и сбыта	63.9	2.2	3.5	7.7	6.7	2.7	13.4
8. Помощь в привлечении финансовых ресурсов	56.0	2.4	2.7	6.8	5.3	3.1	23.7
9. Помощь в инновационной деятельности	66.9	2.7	3.2	4.6	2.4	2.4	17.8
10. Помощь в международном трансфере технологий	76.2	3.2	1.5	3.5	2.0	1.2	12.4
11. Помощь в сфере защиты авторских и патентных прав	72.1	2.7	3.7	3.5	4.0	1.0	13.1
12. Предоставление безвозмездной помощи	61.3	3.6	1.2	1.0	2.4	3.1	27.4
13. Предоставление кредита или ссуды	39.4	1.7	2.9	13.5	11.6	6.9	24.0
14. Помощь в получении информации о рынке	48.1	2.5	2.7	11.4	8.4	3.7	23.2
15. Помощь по вопросам ведения хозяйственной деятельности	40.9	2.2	5.3	15.1	12.0	5.3	19.2
16. Поддержка сотрудничества между членами данной организации	64.5	3.2	2.0	9.0	7.8	3.2	10.3
17. Представление интересов фирмы перед лицом местных органов власти	59.6	2.9	1.5	9.1	6.6	2.5	17.9
18. Представление интересов фирмы перед лицом центральных органов власти	62.9	2.9	3.2	6.6	6.6	2.4	15.5
19. Помощь в поиске партнеров для проведения исследований или научных разработок	71.6	3.2	3.4	3.4	3.2	2.9	12.2
20. Обмен опытом между членами данной организации	60.2	4.4	1.9	9.0	6.6	4.9	13.1

Источник: собственные расчёты автора.

Все это свидетельствует о том, что предприниматели прежде всего ищут помощи для преодоления административных барьеров ведения хозяйственной деятельности. Существует потенциальный спрос на услуги финансового характера и на помощь в получении информа-

ции о рынке (отечественном и международном). В то же время отсутствует потребность в услугах, поддерживающих инновационную деятельность предприятий – видимо, предприниматели все еще недостаточно осознают ее значение.

Результаты проведенного исследования показывают, что качество услуг, предлагаемых организациями бизнес-среды, оценивается, как правило, низко. При этом выше всего оцениваются те услуги, которые чаще всего востребованы предпринимателями, а именно: юридическая помощь (средняя оценка среди воспользовавшихся этой услугой составила 3.54 по пятибалльной шкале), а также предоставление кредита или ссуды (3.53). Хуже всего оценены услуги, пользующиеся наименьшим спросом, а также услуги, предоставляемые технопарками и организациями, занимающимися поддержкой инновационной деятельности: помощь в международном трансфере технологий (2.70), помощь в сфере защиты авторских и патентных прав (2.78), помощь в инновационной деятельности (2.9), помощь в поиске партнеров для проведения НИОКР (2.92).

Представляют несомненный интерес результаты анализа оценки качества услуг в зависимости от размера фирмы. В то время как микропредприятия, малые и средние фирмы выше всего оценивают юридическую помощь, повышение квалификации персонала, предоставление кредита или ссуды, то в случае более крупных фирм (нанимающих более 100 чел.) более высокую оценку получили поддержка интернационализации деятельности, консалтинговые услуги в области финансов, поддержка сотрудничества и обмен опытом между членами данной организации. В случае самых крупных фирм лучше всего оценивались юридическая помощь, поддержка интернационализации деятельности и представление интересов фирмы перед лицом центральных органов власти. Это указывает на то, что крупные фирмы создают спрос на более специализированные услуги.

4. Главные препятствия для сотрудничества между предприятиями и организациями бизнес-среды

Исследования показали, что более всего началу сотрудничества между предприятиями и организациями бизнес-среды препятствует отсутствие информации среди предпринимателей об организациях, поддерживающих бизнес: более 50% опрошенных признались, что слишком мало знают о подобных организациях. Чем фирма меньше и моложе, тем меньше она знает об организациях бизнес-среды.

Согласно полученным ответам, вторым по важности препятствием является несоответствие предложения услуг со стороны бизнес-среды потребностям предпринимателей. Об этом заявили 19.5% опрошенных (в основном это самые молодые и самые старые фирмы, нанимающие от 101 до 200 чел., представляющие сферу услуг, а также транспорт и связь). Более того, около 21% уверены, что эти организации не представляют их интересы (прежде всего самые крупные фирмы, с наиболее длительным стажем работы, занимающиеся строительством). Примерно столько же опрошенных отметили, что эти организации слишком слабые (прежде всего крупные фирмы), а 16% указали на дороговизну их услуг.

Лишь около 6–7% опрошенных указали, что они не имеют доступа к этим организациям (слишком далеко расположены) и что услугами этих организаций лучше не пользоваться по политическим соображениям.

5. Выводы и рекомендации

Результаты проведенного исследования показали, что в целом сотрудничество между предприятиями и организациями бизнес-среды Беларуси недостаточно развито, а предприниматели, как правило, низко оценивают функционирование этих организаций. Лишь 10% частных фирм являются членами организаций, представляющих интересы предпринимателей.

Принимая во внимание область сотрудничества с предприятиями и оценку качества их функционирования предпринимателями, исследованные организации бизнес-среды можно разделить на три группы:

- опрошенные фирмы чаще всего сотрудничают с частными, коммерческими консалтинговыми фирмами и с бизнес-школами. Это свидетельствует о том, что для предпринимателей приоритетной является помощь, направленная на преодоление административных барьеров ведения хозяйственной деятельности;
- реже предприниматели сотрудничают с организациями, представляющими их интересы (центры поддержки предпринимательства, республиканские и региональные бизнес-союзы, отраслевые бизнес-ассоциации);
- меньше всего исследуемые фирмы сотрудничают либо сотрудничали в прошлом с технопарками, инкубаторами и фондами финансовой поддержки предпринимательства, то есть организациями бизнес-среды, предлагающими более специализированные услуги. Следует обратить внимание, что структура фирм, сотрудничающих с инкубаторами предпринимательства (фирмы относительно крупные и с большим стажем) указывает на отсутствие понимания сущности этого инструмента как предпринимателями, так и самими организациями.

В основном сотрудничество с организациями из всех трёх выделенных групп оказалось непродолжительным – как вследствие несоответствия предложения этих организаций потребностям фирм, так и слабого качества предоставляемых услуг.

Отдельную группу составляют организации, услугами которых предприниматели, как правило, не пользовались, но на которые существует декларируемый потенциальный спрос. Эти организации предоставляют услуги и инструменты финансового характера, а также помощь в поиске рыночной информации (как по отечественным, так и зарубежным рынкам).

В целом качество услуг, предоставляемых организациями бизнес-среды, оценивается предпринимателями как невысокое. Самые высокие оценки получили услуги, которыми предприниматели пользуются чаще всего, то есть юридическая помощь, повышение квалификации персонала и помощь по вопросам ведения хозяйственной деятельности (законы, налоги и т. п.). Хуже всего оценивались услуги, в которых предприниматели заинтересованы меньше всего, то есть помощь в международном трансфере технологий, защите авторских и патентных прав, инновационной деятельности.

Подводя итоги, можно констатировать, что более всего сотрудничеству между предпринимателями и организациями бизнес-среды препятствуют отсутствие знаний (информации) об организациях бизнес-среды, несоответствие предложения потребностям предпринимателей, а также общая неразвитость организаций бизнес-среды в Беларуси. Представляется, что основные причины такого положения дел связаны с четырьмя негативными факторами:

- недостаточным количеством организаций бизнес-среды;
- отсутствием необходимого организационно-финансового потенциала для обеспечения должного уровня предоставляемых услуг;
- отсутствием специализированных организаций бизнес-среды.
- недостаточным пониманием того, какую потенциальную выгоду предприятиям может приносить сотрудничество с этими организациями.

Ниже будут подробно описаны эти факторы и пути их преодоления.

Недостаточное количество организаций бизнес-среды

Исследование показало недостаточную «насыщенность» бизнес-среды организациями и следующую из этого низкую доступность их услуг для предприятий. Об этом, в частности, свидетельствуют слишком малое количество организаций такого типа в Беларуси, относительно низкий уровень знаний (информации) среди предпринимателей об организациях бизнес-среды, слабое сотрудничество между ними и предприятиями. Поэтому представляется необходимым увеличить количество таких организаций за счет стимулирования их создания –

прежде всего организаций хозяйственного самоуправления (бизнес-союзов, промышленных и торговых палат и т. п.) и организаций, предоставляющих предпринимателям специализированные услуги. Следует при этом подчеркнуть, что, принимая во внимание нынешние условия функционирования организаций бизнес-среды, начать целесообразно с ликвидации препятствий на пути их возникновения и развития (прежде всего хозяйственного самоуправления) путем отмены разрешений на ведение такой деятельности. Любая деятельность, направленная на развитие организаций бизнес-среды (в частности, институциональные гранты), не принесет результатов, пока такие организации не смогут свободно создаваться.

Отправной точкой должно стать принятие политического решения о необходимости развития организаций бизнес-среды. Затем необходимо создать рабочую группу, состоящую из представителей государственной администрации, хозяйственного самоуправления, представителей науки и экспертов², которая занялась бы идентификацией правовых актов, тормозящих создание организаций бизнес-среды, и определила силу их негативного воздействия. Следующий шаг – внесение необходимых изменений в законодательство, начиная с тех, которые оказывают наиболее негативное влияние. И только по завершении этого этапа целесообразно подготовить инструменты прямой поддержки создания организаций бизнес-среды (например, институциональные гранты). Следует обратить внимание, что, кроме повышения доступности услуг для бизнеса, эти действия приведут к усилению конкуренции между организациями бизнес-среды, что окажет благотворное влияние на эффективность их функционирования.

Отсутствие необходимого организационно-финансового потенциала для обеспечения должного уровня предоставляемых услуг

Следующим направлением является укрепление уже существующих организаций бизнес-среды Беларуси. Исследования выявили их недостаточный потенциал (прежде всего организационно-финансовый) по удовлетворению потребностей предприятий. Здесь необходимо действовать по трём направлениям:

- ликвидировать административные барьеры функционирования организаций бизнес-среды;
- укрепить институциональный потенциал этих организаций, в частности, подготовить программы финансовой поддержки за счет средств бюджета и иностранной помощи;
- стимулировать формирование сотрудничества между организациями бизнес-среды.

Административные барьеры являются одним из основных факторов, блокирующих развитие сектора организаций бизнес-среды в Беларуси. В частности, это касается возможного членства фирм в органах хозяйственного самоуправления на коммерческой основе, что могло бы значительно повысить эффективность сотрудничества между предпринимателями и этими организациями. Нынешнее регулирование ведет к тому, что организации бизнес-среды не развиваются, сосредотачивая внимание не на развитии услуг для предпринимателей, а на борьбе за существование. Точно так же, как и в случае создания новых организаций такого типа, для уже существующих организаций следовало бы составить список правовых актов, в наибольшей степени тормозящих развитие. Для координации действий это задание должно быть поручено рабочей группе, о которой речь шла выше (тем более что многие рекомендации окажутся сходными). Как и в случае поддержки создания новых организаций бизнес-среды, ключевое значение будет иметь наличие политической воли по инициированию перемен.

Важнейшим фактором для повышения потенциала организаций бизнес-среды в Беларуси должно стать направление публичных средств и средств иностранной помощи на их поддержку. Следует отметить, что даже в наиболее развитых странах мира с сильными и зрелы-

² Важно, чтобы в состав этой группы вошли независимые эксперты, представляющие интересы потенциальных организаций бизнес-среды, поскольку интересы представителей уже существующих организаций могут по ряду вопросов не совпадать с интересами развития всей сферы услуг для предприятий.

ми структурами хозяйственного самоуправления, широко сотрудничающими с предпринимателями (например, в Германии и Финляндии), одним из основных источников финансирования являются публичные средства. Более того, в случае финансовых организаций по поддержке бизнеса (ссудные и гарантийные фонды и т. п.) такая поддержка просто необходима. В Беларуси практически отсутствуют государственные программы поддержки предпринимательства, что значительно ограничивает функционирование организаций бизнес-среды. А без направления средств на эту цель невозможно ожидать быстрого развития этих организаций. Вместо этого в лучшем случае их развитие будет очень медленным, чего белорусская экономика не может себе сейчас позволить. Поддержка должна быть двоякой: во-первых, должны применяться инструменты институциональной поддержки (институциональные гранты, дотации на ведение деятельности, подготовка кадров), направленные на укрепление организаций. Во-вторых, следует также вести проектное финансирование, поддержку реализации определенных программ промышленными и торговыми палатами, союзами предпринимателей (например, программ поддержки интернационализации функционирования фирм). Причем эти программы должны осуществляться именно организациями бизнес-среды, а не органами государственной администрации.

Одним из важнейших инструментов укрепления институционального потенциала организаций бизнес-среды по оказанию высококачественных услуг предпринимателям является создание целевых сетевых структур (например, занимающихся поддержкой инновационности или интернационализации), состоящих из этих организаций. Главными целями таких структур должно быть как установление высоких стандартов деятельности организаций поддержки бизнеса в выбранных сферах предоставления услуг (например, путем принятия норм ISO), так и использование эффекта синергии сотрудничающих друг с другом организаций (например, создание совместных информационных систем – баз данных, перечней кооперационных предложений и т. п.). Вдохновителями создания таких сетей должны стать самые сильные организации – лидеры хозяйственного самоуправления.

Отсутствие специализированных организаций бизнес-среды

Для высокой эффективности организаций, поддерживающих предпринимательство, необходима их специализация. В то же время исследования показали, что в Беларуси хуже всего развита сеть специализированных организаций бизнес-среды (технопарки, инкубаторы малого предпринимательства, ссудные фонды), а их функционирование оценивалось предпринимателями хуже всего. А эти организации должны играть важную роль в развитии МСП (в частности, помогать «взрачиванию» фирм), а в результате – всего частного сектора Беларуси. Их роль особенно важна и в связи с тем, что белорусская экономика сильно зарегулирована. Кроме того, исследования показали, что представители бизнес-союзов в целом не понимают принципов создания и цели таких организаций – например, частные фирмы, предлагающие офисные площади на коммерческой основе, часто считаются инкубаторами предпринимательства.

В настоящее время одной из основных причин отсутствия специализации является экономическая и организационная слабость организаций бизнес-среды, что заставляет их действовать одновременно во многих направлениях. Предложенные выше институциональное укрепление этих организаций и рост конкуренции на рынке услуг для предпринимателей сделали бы возможной специализацию деятельности, а возможно, и просто принудили к этому. Кроме того, необходима разработка специальных программ по развитию этих организаций, которые финансировались бы из публичных средств. Программы должны быть нацелены, во-первых, на развитие инфраструктуры (инкубаторы, технопарки), которая сделала бы возможным предоставление предпринимателям услуг на льготных условиях. Во-вторых, программы должны также служить развитию главного фактора, обеспечивающего эффективное функционирование этих организаций, – их кадрового потенциала. Чтобы реализовать эту задачу, необходимо обладать специализированными знаниями, которые можно будет полу-

чить, как правило, только из-за рубежа, например, на курсах по международному трансферу технологий. Следующий этап – поддержка развития сетей специализированных организаций бизнес-среды.

Недостаточное понимание того, какую потенциальную выгоду предприятиям может принести сотрудничество с организациями бизнес-среды

Серьезным препятствием является также недостаточное понимание в предпринимательской среде преимуществ, вытекающих из сотрудничества с организациями бизнес-среды. Это связано не только со слабостью этих организаций, но и, как показали исследования, с нежеланием частных фирм сотрудничать с ними. Особенно это касается малых фирм, для которых такое сотрудничество является одним из ключевых факторов успеха и развития деятельности. В связи с этим организации бизнес-среды должны организовывать и всячески пропагандировать среди предпринимателей программы сетевого характера (например, кластерные программы). Кроме того, необходима разработка и внедрение обучающих программ по сотрудничеству между фирмами.

Рекомендации

Деятельность местных органов власти должна стать частью общей системы поддержки предпринимательства в Беларуси. Местным органам власти следует иметь значительную автономию в рамках политики, принятой правительством, и пользоваться различными формами поддержки из центра, в том числе по финансированию отдельных программ. Местные органы власти также должны тесно сотрудничать в реализации своих программ поддержки МСП с другими организациями, в той или иной степени вовлеченными в обслуживание предпринимателей.

Представляется, что в настоящее время местные органы власти должны концентрироваться на обеих сферах поддержки МСП, имеющих первостепенное значение в краткосрочной перспективе: широко понимаемой информационной поддержке МСП (обеспечении предпринимателей информацией о возможностях ведения бизнеса, возможных контрагентах, источниках финансирования и т. п.) и образовательной, направленной на повышение квалификации работников МСП, их менеджеров и владельцев. В дальнейшем сфера деятельности местных органов власти может быть расширена, включая поддержку инновационности предприятий, их «интернационализации» и, в более длительной перспективе, стимулирование создания новых фирм.

Авторами предлагается концепция «центра одного окна» (one-stop-hub) – создание в каждой области центра, который мог бы предоставлять максимальное количество услуг в рамках одной организации. Такой центр должен стать пунктом первого контакта для всех предпринимателей, нуждающихся в какой-либо помощи, касающейся ведения хозяйственной деятельности, – распознаваемым, известным, чтобы предприниматель сразу знал, куда ему следует обращаться. В случае если центр не в состоянии предоставить какую-либо услугу, то предприниматель должен получить исчерпывающую информацию о возможности воспользоваться данной услугой в других организациях (это может касаться, в частности, узко специализированных услуг, например, в области международного обмена технологиями). Поначалу центры должны сосредоточить свое внимание на предоставлении широкого набора информационно-консультационных услуг (в области институциональных условий ведения бизнеса, действующего законодательства и иных требований и т. п.) и участвовать в подготовке и реализации образовательных программ и программ повышения квалификации. В дальнейшем центр может брать на себя дополнительные функции в зависимости от потребностей предпринимательской среды и организационных возможностей, прежде всего в сфере «интернационализации» фирм, повышения их инновационности, предоставления финансовых услуг (ссудный или гарантийный фонды).

Центр не должен входить в состав местного органа власти (в качестве, например, отдела). Это должна быть отдельная, специально созданная организация с собственным бюджетом, подотчетная данному органу власти и финансируемая из бюджетных средств (или в разных пропорциях – бюджетных, грантовых, возможно также из других источников, например, союзов предпринимателей). Несмотря на то что финансирование центров будет полностью или в значительной степени осуществляться из центрального бюджета, конкретные решения по созданию каждого центра должны приниматься на местном уровне, с учетом местной специфики потребностей и возможностей при соблюдении минимальных рамочных требований, разработанных на центральном уровне и общих для всех центров (все центры должны предоставлять минимальный обязательный набор услуг). Возможны различные варианты создания центров – аутсорсинг (субконтрактация), совместный проект с другими организациями и т. п.

Преимуществом нашего предложения является возможность создания положительного имиджа организаций такого типа в предпринимательской среде. Международный опыт свидетельствует о том, что предприниматели часто скептически относятся к организациям, поддерживающим бизнес, не понимая той роли, которую они могут сыграть в развитии фирмы (особенно малой или средней). Зачастую именно первый контакт оказывается решающим для предпринимателя. Следующий элемент, который может привлечь предпринимателя, это широкий набор и качество предоставляемых услуг. Концепция профессионально функционирующего центра, предлагающего высококачественные услуги, будет способствовать популяризации структур такого типа. Кроме того, центры могут устанавливать стандарты услуг, предоставляемых предпринимателям подобными организациями региона, что несомненно приведет к повышению качества формирующейся инфраструктуры и квалификации работающих кадров.