

Исследовательский центр  
Института приватизации и менеджмента

Аналитический доклад №2  
Май 2003

## **Проблемы и перспективы развития малого и среднего предпринимательства в Беларуси**

Елена Ракова



**ИНСТИТУТ ПРИВАТИЗАЦИИ  
И МЕНЕДЖМЕНТА**

Институт Приватизации и Менеджмента  
Исследовательский центр

Аналитический доклад №2  
Май 2003

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БЕЛАРУСИ\***

Елена Ракова

### **Резюме**

Проблемы развития малых и средних предприятий являются актуальными как для стран с рыночной экономикой, так и трансформационных стран. Большинство исследований в этой области традиционно посвящено внешним факторам, определяющим развитие малого и среднего бизнеса – налоговой нагрузке, государственному регулированию и государственной поддержке и пр. В то же время большое значение в условиях ужесточения конкуренции имеют внутренние факторы развития бизнеса – наличие стратегии, обучение персонала, использование современных технологий ведения бизнеса, поиск внутренних источников повышения конкурентоспособности фирмы. В данной работе на основе анализа эмпирических данных выделены основные проблемы, с которыми сталкиваются белорусские предприятия малого и среднего бизнеса, а также некоторые пути их решения самими предприятиями.

**Номера классификации JEL:** M13, M19

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, предпринимательство, государственное регулирование.

### **Информация об авторе**

Е. Ракова ([elena@ipm.by](mailto:elena@ipm.by)) – эксперт Исследовательского центра Института приватизации и менеджмента.

© 2003 Институт приватизации и менеджмента

Автор приветствует любые комментарии и замечания к настоящему тексту. Точка зрения, представленная в аналитическом докладе, является точкой зрения авторов и не обязательно разделяется Институтом приватизации и менеджмента.

---

\* Настоящий аналитический доклад подготовлен на основе данных опроса 378 частных фирм, проведенного в октябре-ноябре 2002 г. Институтом приватизации и менеджмента (ИПМ) при поддержке Центра международного частного предпринимательства (CIFE, Вашингтон) в рамках проекта «Продвижение малого и среднего бизнеса в Беларуси». Целью проекта является выяснение основных проблем развития малых и средних предприятий (МСП) и продвижение общественного диалога о проблемах и перспективах частного бизнеса в Беларуси. Исследовательский центр ИПМ благодарит Георгия Бадея (Белорусский союз предпринимателей и нанимателей), Неждану Букову (Международная финансовая корпорация), Жанну Гринюк и Юлию Иванову (ИПМ) за помощь в разработке анкеты и участие в обсуждении полученных результатов.

## 1. ВВЕДЕНИЕ

Современная экономика развитых государств в значительной степени представлена малыми и средними частными предприятиями. Они создают рабочие места, по доступным ценам и качественно одевают, кормят, обслуживают население и даже крупный бизнес.

Предпринимательство можно рассматривать как процесс поиска новых возможностей, внедрение новых способов производства, открытость к новым перспективам, преодоление старых ограничений. Предпринимательство – это четвертый, нематериальный, фактор производства. Психологи усматривают в предпринимательстве особый, связанный с риском, вид деятельности по организации нового потенциала, прибыльного дела, а также творческую активность в экономике, требующую специфических личностных качеств. В целом преимущества развитого малого и среднего бизнеса сводятся к следующему:

- развитие МСП увеличивает число собственников, а значит, способствует формированию среднего класса – главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе;
- рост предпринимательства означает рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп;
- развитие предпринимательства приводит к селекции наиболее энергичных, дееспособных людей, для которых малый бизнес становится школой самореализации;
- развитие МСП ведет к созданию новых рабочих мест;
- развивая собственный бизнес, предприниматель, даже с ограниченным формальным образованием, формирует необходимые для работы на рынке навыки, повышает или изменяет свою квалификацию;
- стремясь выжить в конкурентной борьбе, малые фирмы чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты, инвестируя собственные деньги в разработку и внедрение технологических, технических и организационных новшеств;
- из недр малого бизнеса нередко вырастают не только крупные компании, но и наиболее современные наукоемкие отрасли и производства, поскольку МСП зачастую берутся осваивать рынки, недостаточно емкие или перспективные с точки зрения крупной компании;
- развитие малого и среднего предпринимательства означает мобилизацию материальных, финансовых и природных ресурсов, которые иначе остались бы невостребованными, а также более эффективное их использование;
- развитый малый и средний бизнес улучшает взаимосвязи между различными секторами экономики, тем самым, повышая ее мобильность и эффективность.

Особую роль играет предпринимательство в трансформационной экономике. С одной стороны, перераспределение ресурсов из неэффективных отраслей в отрасли, где ресурсы используются более эффективно, невозможно без создания нового частного сектора. Развитие нового частного сектора является одним из основных источников долговременного экономического роста. С другой стороны, рыночная реструктуризация предприятий связана с высвобождением избыточной рабочей силы. Частный сектор поглощает эти излишки, создавая новые рабочие места, формируя рыночную ментальность, пополняя доходную часть бюджета и сглаживая остроту социальных проблем. Частный бизнес – это новые знания и технологии, новые возможности и прибыли. Поэтому политика стабильных и неизменных «правил игры» и низких барьеров входа на рынок является приоритетной в период создания новой экономической системы.

Несмотря на формальное присутствие всех необходимых законов и других регламентирующих развитие предпринимательства инструментов и институтов, Беларусь является страной, где количество малых и средних предприятий на тысячу человек населения очень низкое. По информации Всемирного банка, число малых и средних предприятий в Беларуси составляет 2.46 на тысячу человек, в то время как на Украине – 5, в России – 6, в Польше – 22,

США – 74.2, страны ЕС – 45 (World Bank (2003)). Более того, Беларусь являемся единственной страной с переходной экономикой, где количество МСП каждый год снижается. По информации Министерства статистики и анализа в 1999 г. в Беларуси действовало 26787 МСП, а в 2001 г. – 25404.

Целью данной работы является анализ количественных и качественных характеристик белорусских МСП, их основных проблем и перспектив развития. Во втором разделе приводятся основные характеристики выборки. Третий раздел посвящен анализу финансового состояния МСП: продажам, возможностям внешнего кредитования, конкуренции. В четвертом разделе рассматриваются формы государственного вмешательства в сферу частного бизнеса: налогообложение, лицензирование, сертификация, проверки контролирующих органов, регулирование цен и др. Кроме того, анализируются основные внутренние и внешние факторы повышения конкурентоспособности МСП с точки зрения их руководителей. В шестом разделе представлены выводы и рекомендации, основанные на данных проведенного опроса.

## 2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОПРОШЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

- ООО является наиболее распространенная форма ведения бизнеса.
- МСП представлены в основном малыми предприятиями численностью до 50 человек.
- Треть опрошенных МСП занята производством.
- Наиболее перспективными с точки зрения роста продаж является оказание юридических, консультационных и рекламных услуг.
- Большинство МСП создано до 2000 г.
- Только 11% МСП имеют в своем уставном фонде иностранные инвестиции.
- МСП активно участвуют во внешнеторговых операциях.

В опросе приняли участие 378 руководителей и владельцев частных фирм. Выборка исследования по географическому, отраслевому характеру, форме собственности, составлялась таким образом, чтобы результаты были репрезентативны по республике. С этой целью для разработки выборки использовались данные Государственной налоговой инспекции и Министерства статистики Республики Беларусь. В опросе (по причинам упрощенного налогообложения и более низких издержек по входу на рынок (регистрация, лицензирование и пр.), которые имеют индивидуальные предприниматели) принимали участие только юридически лица.

Проведенный опрос подтверждает факт, что в силу разных организационно-экономических причин, наиболее распространенная организационно-правовая форма белорусского МСБ – это общества с ограниченной ответственностью. В данном опросе они представлены 34%. Далее следуют унитарные предприятия (26%) и общества с ограниченной ответственностью (21%).

31% респондентов, принявших участие в опросе, заняты в сфере торговли и общественного питания, в сфере производства работает еще треть. Сфера деятельности остальных респондентов – это бытовое обслуживание (9.5%), строительство (10.3%), а также другие виды оказания услуг (туризм, реклама, аудит и пр.).

По количеству занятых опрошенные фирмы распределились следующим образом:

1. от 1 до 10 чел. – 36%
2. от 11 до 50 чел. – 39%
3. от 50 до 100 чел. – 9%
4. от 101 до 20 чел – 5%
5. свыше 200 чел. – 11%

Только пятая часть МСП создана в последние три года (2000-2002 гг.) табл. 2.1. Однако предпринимательский опыт их руководителей является гораздо большим. В среднем у руководителей белорусских МСП 7.8 лет опыта занятия предпринимательской деятельности. Опыт предпринимательской деятельности свыше 5 лет имеют 67% опрошенных руководи-

лей, еще 19% занимаются предпринимательством от 3 до 5 лет. Только 3% опрошенных фирм являются новичками в бизнесе, их опыт предпринимательства не превышает года. Средний возраст руководителей предприятий, принявших участие в опросе, 38 лет. Среди них 62% мужчин и 38% женщин.

Таблица 2.1

### Распределение предприятий по году их образования

Период создания	% респондентов
До 1992 г.	16.4
1993-1995 гг.	21.7
1996-1999 гг.	41.9
2000-2002 гг.	20.0

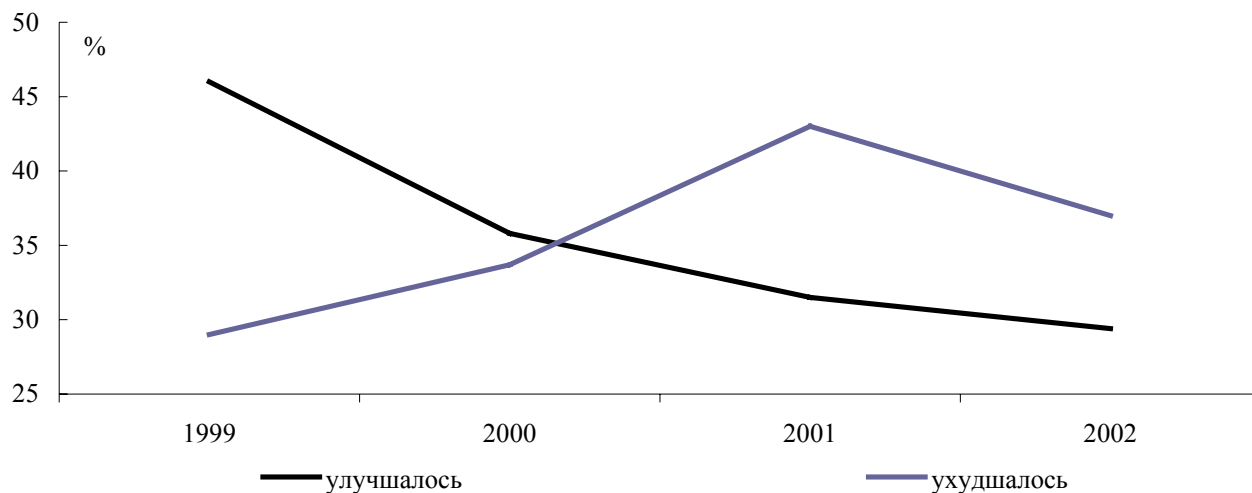
В данном случае Беларусь является скорее исключением, поскольку характеризуется большим количеством фирм-старожилов. В странах с развитой рыночной экономикой малый бизнес характеризуется высокой мобильностью – недостаток знаний и финансовых средств приводит к высокому проценту закрытия одних предприятий и созданию новых. Большой удельный вес «старых» фирм и высокий опыт предпринимательской деятельности у руководителей МСП говорит о двух возможных тенденциях. С одной стороны, это косвенно подтверждает тезис о неблагоприятной институциональной среде, в которой работают частные предприятия. В белорусских условиях капиталом и конкурентными преимуществами являются не столько способность производить и продавать с лучшим, чем у конкурентов, соотношением «цена-качество», но и знакомства, знания законодательства, опыт и пр. С другой стороны, занятия собственным бизнесом – это своего рода наркотик. Однажды попробовав работать на себя, трудно остановиться и уйти обратно работать наемным работником, неважно на государственное или частное предприятие. Более подробно основные характеристики выборки представлены в Приложении, табл. 7.1-7.4.

### 3. ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ МСП БЕЛАРУСИ

- Ухудшение финансового положения большинства МСП.
- Рост конкуренции на внутреннем и внешнем рынках.
- Высокая степень неопределенности в оценке своего финансового положения в краткосрочной перспективе.
- Изменение финансового положения и объемов продаж предприятий существенно зависит от их региональной принадлежности.
- Снижение объемов продаж под влиянием ухудшения экономической ситуации в стране.
- Рост объемов продаж, обусловленный изменением качественных факторов развития предприятия.
- Большое количество МСП планирует расширение собственного бизнеса в ближайшие два года.
- Недостаточное использование заемных средств в связи с высокими процентными ставками и отсутствием залогового обеспечения.

Беларусь имеет одни из худших рейтингов различных международных организаций, оценивающих прогресс в рыночной трансформации, экономическую свободу или инвестиционные риски (EBRD (2002), Heritage Foundation (2002), Freedom House (2002)). Доля частного бизнеса по разным оценкам варьируется от 8 до 20% ВВП. Это говорит о том, что условия, создаваемые правительством для развития частного сектора, явно недостаточны. Более того, многочисленные опросы общественного мнения, в противовес данным официальной статистики, фиксируют ухудшение экономической ситуации в Беларуси. Данный тезис подтверждается данными опроса.

Так, предпринимателям нужно было оценить изменение своего финансового положения за последние четыре года, см. Приложение, табл. 7.2. Полученные ответы схематично изображены на рис. 1.



**Рис. 1. Изменение финансового положения предпринимателей в 1999-2002 гг.**

Дискриминация условий хозяйствования по форме собственности, множество контрольных органов с самыми широкими полномочиями в условиях динамичного и непрозрачного законодательства, избыливающего отсылочными нормами и практикой их принятия задним числом, не способствуют росту МСП. Диаграмма наглядно демонстрирует, что за последние годы доля предприятий, финансовое положение которых улучшалось, постоянно сокращалось, а число предприятий, финансовое состояние которых ухудшалось, наоборот, росло.

Эти данные очень похожи на данные опроса, проведенного Институтом приватизации и менеджмента в 2001 г. Если число респондентов, отмечающих ухудшение объема продаж в 1997 г., составляло 8%, то в 2000-2001 гг. оно возросло до 30%. В 1997 г. 44% респондентов отмечали рост объема продаж, а в 2000-2001 гг. их число уменьшилось до 37% (Волчок (2002)).

В 2002 г. только 30% респондентов заявили, что финансовое состояние их фирм улучшилось, в то время как три года назад таковых было 46%. И, напротив, примерно на треть увеличилось число фирм, которые фиксируют ухудшение финансовых возможностей своего бизнеса, см. Приложение, табл. 7.5.

Финансовое положение предприятия зависит от его размера, т.е. от мобильности, возможности изменить ассортимент, производственную мощность, персонал и пр. Самыми уязвимыми в условиях постоянно меняющейся экономической и институциональной среды Беларуси являются наиболее маленькие и наиболее крупные предприятия, табл. 3.1. Лучше всего развивались предприятия с численностью от 100 до 200 чел.

Таблица 3.1

### Изменение финансового состояния фирмы в зависимости от ее размера

Количество работников на предприятии	Финансовое состояние МСП							
	улучшилось				ухудшилось			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
От 1 до 10 чел.	41.7	22.9	21.4	28.3	28.6	36.0	49.6	35.5
От 11 до 50 чел.	47.2	44.1	38.4	28.8	32.3	27.9	39.0	35.6
От 51 до до 100 чел.	54.5	42.4	35.3	35.3	24.2	36.4	35.3	29.4
От 101 до 200 чел.	55.6	33.3	55.6	55.6	16.7	33.3	33.3	33.3
Свыше 200 чел.	38.5	28.2	22.0	19.0	28.2	38.5	48.8	54.8

Аналогично изменению финансового состояния предприятий изменялись и продажи. Ответы на этот вопрос распределились примерно одинаково между теми, у кого объем продаж вырос (38%), упал (32%) и не изменился (29%).

Однако в зависимости от размера фирмы изменение продаж дифференцировано более значительно. Так, в 2002 г. продажи возросли у 37.7% МСП с численностью до 10 чел. В то же время у более крупных предприятий продажи росли более быстрыми темпами (у 50% МСП с численностью от 50 до 100 чел. и у 55.6% МСП с численностью от 101 до 200 чел.).

Более быстрыми темпами росли продажи у фирм, занятых в сфере услуг. В 2002 г. примерно у 40% МСП, занятых в сфере торговли и общественного питания, бытового обслуживания, туризма, возрос объем продаж. Одновременно у этих предприятий улучшалось и финансовое состояние. Однако наиболее успешными были предприятия, занятые в сфере рекламы и страхования (66.7% и 100% МСП соответственно). Наиболее стабильно (объем продаж и финансовое положение не изменились согласно ответам более чем 50% руководителей МСП) работали предприятия, занятые в сфере недвижимости и аренды помещений, аудита и услуг в области бухгалтерского учета, разработки программного обеспечения, проектирования.

Основная масса МСП, участвовавших в опросе, создана до 1999 г., однако предприятия, созданные после 1999 г., более активны на рынке. Так, в 2002 г. выпуск увеличился у 31.7% предприятий, созданных в 1997 г. и у 46.2% предприятий, созданных в 1999-2002 гг. Среди фирм-новичков больший удельный вес тех, кто оптимистично смотрит на рост своих продаж и в следующем году.

Несмотря на то, что в 2002 г. ситуация с финансовым положением МСП немного изменилась за счет небольшого сокращения доли тех предприятий, чье состояние ухудшалось, говорить о начале новой тенденции нет оснований (количество МСП, у которых дела шли хорошо, тоже сократилось). Эта гипотеза подтверждается ответом на вопрос о перспективах развития в 2003 г. Почти половина руководителей затрудняется ответить, в какую сторону изменится финансовое положение их предприятий в 2003 г., 20% руководителей уверено в ухудшении своего бизнеса. Таким образом, большинство предпринимателей не верят в намерения и/или возможности правительства выполнять свои многочисленные многолетние обещания по упрощению процедур ведения бизнеса в стране. Только четверть опрошенных руководителей оптимистично настроены по поводу перспектив развития их бизнеса (табл. 3.2).

Таблица 3.2

**Распределение ответов на вопрос «Как, по Вашему мнению, изменится финансовое положение Вашего предприятия в 2003 г.?»**

	Число респондентов	% респондентов
Улучшится	89	23.5
Ухудшится	75	19.8
Не изменится	60	15.9
Затрудняюсь ответить	154	40.7

**Наиболее пессимистично свое** финансовое положение в 2003 г. оценивают малые предприятия (оно должно улучшиться у 25.4% МСП с численностью до 10 чел, у 19.2% МСП с численностью до 50 чел. и у 17.6% с численностью до 100 чел.). Почти половина (около 40% руководителей) затрудняются спрогнозировать развитие своего предприятия. Наиболее оптимистичны в этом смысле крупные МСП – 61.1% руководителей предприятий с численностью от 101 до 200 чел. считают, что финансовое положение их предприятий с следующим году улучшится.

В отраслевом разделе наиболее оптимистично смотрят в будущее руководители МСП, работающих в области оказания медицинских и фармацевтических, юридических, рекламных услуг, туризма, страхования. Данные рынки в Беларуси являются, может и не очень большими по емкости, однако с устойчиво растущим платежеспособным спросом. Наиболее пессимистичны руководители МСП, занятых в сфере оказания бытовых услуг, видимо про-

гнозируя дальнейшее снижение платежеспособного спроса у большинства населения, основные доходы которых «съедают» расходы на продукты питания и ЖКХ.

В географическом аспекте стабильнее всего работали предприятия Гродненской области, хотя там меньше всего доля предприятий, у которых объем продаж вырос. Больше всего доля предприятий, увеличивших объем продаж, в Минске и Могилевской области, меньше всего доля предприятий, у которых объем продаж сократился, в Минске и Минской области (таким образом, Минск является наиболее успешно развивающимся «островком» капитализма в Беларуси), табл. 3.3. Хуже всего обстоят дела с продажами в Брестской области: почти половина предприятий региона отметили снижение продаж в прошлом году.

Таблица 3.3

**Распределение ответов на вопрос «Как изменился объем продаж Вашего предприятия в 2002 году?» по регионам республики, %**

	Объем продаж в 2002		
	Возрос	Уменьшился	Не изменился
Минск	44.4	25.4	30.2
Минская область	28.6	28.6	42.9
Брестская область	32.4	47.1	20.6
Гродненская область	13.2	39.5	47.4
Витебская область	40.0	37.1	22.9
Гомельская область	33.3	38.5	28.2
Могилевская область	44.4	36.1	19.4

Для анализа возможных причин, поясняющих изменение финансового положения предприятий, респондентам было предложено выбрать три наиболее подходящих им ответа, объясняющих изменение в продажах их предприятия. Причины изменения объемов продаж фирмы с точки зрения их руководителей приведены в табл. 3.4.

Основной причиной сокращения объемов продаж является ухудшение общей экономической ситуации в стране. Среди других наиболее часто называемых причин были названы рост числа конкурентов, изменения в ценах на сырье и материалы, а также готовую продукцию, т.е. экзогенные для любого предприятия, факторы.

Таблица 3.4

**Распределение ответов на вопрос «Если объем продаж Вашего предприятия изменился, то чем это было вызвано?», %**

	Рост объема продаж	Снижение объема продаж
Изменением экономической ситуации в стране	22.0	78.0
Изменением количества конкурентов	20.3	79.7
Изменением в ценах на сырье и материалы	34.2	67.6
Изменением в ценах на готовую продукцию	47.9	52.1
Изменением производственной мощности фирмы	78.7	21.3
Изменением квалификации персонала	82.5	17.5
Изменением ассортимента товаров/услуг	89.0	11.0
Изменением качества товаров/услуг	91.1	8.9
Изменением системы продвижения и рекламы	91.8	8.2

Причины, объясняющие рост объемов продаж, являются эндогенными. Часть из них означает просто подстройку под соответствующий платежеспособный спрос (изменение качества и ассортимента), часть – принципиальное изменение подходов к системе продаж и продвижения товара, квалификации и мотивации персонала. Руководители успешных предприятий понимают, что лучшего внешнего окружения не будет, подстраиваясь к нему, как люди подстраиваются к снегу или дождю, и сосредотачивают основные усилия на качественном изменении подходов к управлению своим предприятием.



Несмотря на падение объема продаж у значительного числа предприятий и неопределенность с финансовым состоянием, две трети респондентов планируют расширение своего бизнеса в следующие два года (табл. 3.5).

Таблица 3.5

**Распределение ответов на вопрос «Планируете ли Вы в ближайшие два года расширение своей деятельности?»**

	Число респондентов	% респондентов
Да	227	60.1
Нет	45	11.9
Затрудняюсь ответить	106	28.0

С одной стороны это говорит о потенциально высокой доле оптимистов среди руководителей МСП, и, с другой стороны, веры в традиционный принцип «кто не рискует, тот не пьет шампанское», поскольку текущее снижение объемов продаж не обязательно влечет за собой пессимистические настроения и нежелание расширять бизнес. Более 40% респондентов, у которых объем продаж в 2002 г. упал, планируют расширение своей деятельности в ближайшие 2 года. Характерно, что среди динамично развивающихся предприятий доля руководителей, которые не имеют определенных планов на будущее в три раза меньше, чем среди всех остальных, табл. 3.6.

Таблица 3.6

**Планы по расширению деятельности предприятий в зависимости от изменения объема продаж за прошедший год**

Объем продаж в 2002	Планируете ли Вы расширение деятельности в ближайшие 2 года			Итого, %
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	
Возрос	85.5	2.8	11.7	100.0
Уменьшился	42.6	20.5	36.9	100.0
Не изменился	45.9	14.4	39.6	100.0

В ответах на этот вопрос проявилась довольно значительная региональная специфика: оптимистичнее других в будущее смотрят предприниматели Минска, Минской, Гомельской и Могилевской областей. Удивительно, но меньше всего доля предпринимателей, намеренных расширять свою деятельность, в Гродно и Бресте – приграничных с Польшей областях, табл. 3.7. Возможно, это объясняется достаточно активным развитием индивидуального предпринимательства в этих областях по сравнению с Могилевской или Гомельской областями. В тоже время, растущий рынок столицы индуцирует соответствующий рост предпринимательской активности.

Таблица 3.7

**Планы по расширению деятельности предприятий по регионам**

	Планируется ли расширение деятельности		
	да	нет	затрудняюсь ответить
г. Минск	66.7	7.4	25.9
Минская область	71.4	14.3	14.3
Брестская область	52.9	8.8	38.2
Гродненская область	26.3	36.8	36.8
Витебская область	54.3	14.3	31.4
Гомельская область	66.7	15.4	17.9
Могилевская область	63.9	5.6	30.6

Несмотря на трудоемкие и достаточно дорогостоящие барьеры входа на рынок, а также высокие оперативные издержки ведения бизнеса в Беларуси, большинство МСП сталкивается с довольно сильной конкуренцией, как на внешнем, так и на внутреннем рынке, табл. 3.8. В этом плане белорусский бизнес ничем не отличается от бизнеса в любой другой стране.

Несмотря на высокий уровень конкуренции, частный бизнес по статистике является более эффективным, чем государственные предприятия, работающие в Беларуси в менее конкурентных условиях и с большим объемом льгот.

Таблица 3.8

**Число конкурентов, с которым сталкиваются МСП**

	На внутреннем рынке		На внешнем рынке	
	Число респондентов	%	Число респондентов	%
нет конкурентов	13	3.4	39	21.3
1 конкурент	7	1.9	1	0.5
2-3 конкурента	72	19.0	4	2.2
4-10 конкурентов	87	23.0	32	17.5
Более 10 конкурентов	198	52.4	107	58.5

Интересно, что конкуренция ни на внутреннем, ни на внешнем рынке, не является решающим фактором, определяющим объемы продаж или финансовое состояние предприятия. Примерно одинаковое количество руководителей (около 20%) работающих с более чем 10 конкурентами считают, что финансовое положение их предприятия ухудшится или улучшится. Более 50% затрудняются прогнозировать развитие ситуации. Это является косвенным доказательством, что основные проблемы МСБ лежат в области чрезмерного госрегулирования и/или низкого платежеспособного спроса, а также стратегического управления и планирования деятельности своего предприятия.

Развитие предпринимательства невозможно без развитого финансового рынка. Как правило, собственных средств предпринимателя не хватает для открытия собственного дела. Он может занять либо у друзей/родственников, либо в специализированном кредитном учреждении. В странах с рыночной экономикой микрокредитование является одним из основных направлений государственной поддержки развития МСП.

Низкие трансформационные рейтинги Беларуси не способствуют приходу в страну крупных и средних коммерческих банков и других финансовых институтов, специализирующихся на кредитовании МСП. Вследствие отсутствия реформ заблокированы многие кредитные линии, а программа по кредитованию МСП Европейского Банка Реконструкции и Развития осуществляется в сильно урезанном (по сравнению, с например, Россией или Украиной) виде. Возможности белорусских коммерческих банков по кредитованию бизнеса ограничены слабой ресурсной базой и высокими процентными ставками.

Тем не менее, чуть более половины (52.6%) МСП, участвовавших в исследовании, используют заемные средства для обеспечения деятельности своего предприятия<sup>1</sup>. Основными источниками заемных средств являются коммерческие банки (45%), физические (43%) и юридические лица (24%). Очень незначительна доля предприятий использующих лизинг либо ресурсы иностранных коммерческих банков (широко распространенную в рыночной экономике форму кредитования) для финансирования своей деятельности (табл. 3.9).

Таблица 3.9

**Распределение ответов на вопрос «Если заемные средства использовались, то кто выступал в качестве кредитодателя?»**  
(можно было отмечать более одного варианта ответа)

	Число респондентов	%
Белорусский коммерческий банк	89	23.5
Физическое лицо	86	22.8
Юридическое лицо	47	12.4
Государство	14	3.7
Иностранный коммерческий банк (в т.ч. РФ, Латвия, Украина и т.д.)	13	3.4

<sup>1</sup> В 2001 г. 35.8% предприятий, принявших участие в опросе, использовали заемные средства для обеспечения деятельности своего предприятия (Волчок, 2002). В 2000 г. 39.9% респондентов, принявших участие в опросе, воспользовались заемными средствами (Пушкарев, 2001).

Лизинговая компания	9	2.4
Другое	8	2.1
Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей	6	1.6

Эти цифры, как и факторы, сдерживающие использование заемных средств, очень близки к тому, что происходило в сфере кредитования три года назад (Пушкарев, 2000). Как и раньше, в наибольшей степени развитие рынка кредитных ресурсов сдерживают высокие процентные ставки, отсутствие отсрочки по выплате процентов и недостаток залогового обеспечения, табл. 3.10.

Таблица 3.10

**Оценка респондентами проблем при получении заемных средств  
(5 – наиболее серьезная проблема, 1 – не является проблемой)**

	% респондентов
Высокая процентная ставка	4.08
Отсутствие отсрочки по выплате процентов	3.43
Отсутствие / недостаток залогового обеспечения	3.38
Сложность в оформлении документов	3.14
Долго принимается решение о предоставлении средств	3.03
Неясные (не обнародованные) критерии предоставления кредита	2.96
Коррупция	2.68

Среднестатистическое МСП реинвестирует в бизнес 40% своей прибыли. Однако среди 330 респондентов, ответивших на этот вопрос, наблюдается довольно значительная разбежка (табл. 3.11).

31 предприятие (9.4%) вообще не вкладывают прибыль в свой бизнес, по-видимому, работая на собственных или заемных оборотных средствах. В тоже время 23 МСП (7%) вкладывают в бизнес 100% полученной прибыли.

Таблица 3.11

**Доля реинвестируемой в бизнес прибыли<sup>2</sup>**

	Число респондентов	% респондентов
До 10%	94	28.5
От 11% до 20%	46	13.9
От 21 до 40%	55	16.7
От 41% до 80%	102	27.0
Свыше 81%	33	8.7

**4. ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛИМАТА  
И ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

- высокая доля регуляторной нагрузки на предприятие;
- практически каждая фирма имеет критическую для развития ее бизнеса проблему (более 4.5 баллов по пятибалльной шкале);
- высокие налоги и нестабильное законодательство – как главные проблемы развития белорусского бизнеса;
- наличие теневой экономики, составляющей от 10 до 40% оборота МСП;
- отсутствие положительных изменений в области проверок;
- по-прежнему высокие временные и финансовые издержки, связанные с получением лицензий и сертификатов;
- высокая доля коррумпированности белорусской экономики;

<sup>2</sup> Эти данные совпадают с данными предыдущих опросов (Пушкарев, 2001, Волчок, 2002).

- использование денежного вознаграждения при заключении сделок большинством руководителей.

Инвестиционный климат на макроуровне характеризуется уровнем инфляции и девальвации национальной валюты, удельным весом государственных расходов в ВВП, налоговой нагрузкой, ставками таможенных пошлин и пр. На микроуровне – это возможности государственных органов вмешиваться и регламентировать оперативную деятельность предприятий, количество проверок, другие регулирующие нормы. Большинство исследований международных организаций и различные экспертные опросы говорят о высоком административном давлении на бизнес в Беларуси. Проведенный опрос не является исключением – именно государство является главным тормозом на пути развития частного предпринимательства в Беларуси.

Несмотря на многочисленные обещания различных органов власти об упрощении условий ведения бизнеса и некоторые послабления в вопросе регистрации фирмы, в 2002 г. ситуация принципиально не изменилась<sup>3</sup>. В белорусском сознании не общество должно предпринимателю, а он должен всем: правительству, бюджету, многочисленным проверяющим органам и благотворительным организациям.

Практически каждая фирма имеет хотя бы одну проблему, которая критически влияет на развитие ее бизнеса. Несомненными лидерами среди препятствий для развития мелкого бизнеса остаются сложное и нестабильное налогообложение (4.49 балла по пятибалльной шкале) и регламентирующее условия ведения бизнеса законодательство (4.44). Сразу за ними идут проблемы сбыта вследствие низкого платежеспособного спроса (3.56) и проверок контролирующих органов (3.44).

Характерная и уже традиционная особенность белорусского бизнеса заключается в том, что проблемы государственного регулирования бизнеса обогнали сложности в получении кредитов или регистрации предприятия, а такие факторы как криминализация бизнеса и покупка иностранной валюты отодвинулись на самые последние места. В тоже время, следует отметить, что ни одна из 19 предложенных проблем не оценена белорусскими предпринимателями в один балл, см. Приложение, табл. 7.6.

Особенностью уже 2002 г. является то, что наряду с чисто административными барьерами, которые увеличивают трансакционные издержки бизнеса (что, в конечном счете, ведет к росту общего уровня цен и снижению конкуренции), предприниматели отмечают и *экономические причины*. Низкий покупательный спрос занял почетное шестое место, намного опередив и проблемы перерегистрации, и сложности с получением кредита. Особая экономическая политика, долгое время практикуемая в Беларуси, несмотря на ее, официально декларируемую, социальную направленность, не делает белорусский народ богаче. Вопреки росту реальных доходов населения, фиксируемого официальной статистикой, и предприниматели, и само население (исходя из многочисленных опросов, проводимых на микроуровне) отмечают стремительное снижение своей покупательной способности.

Как было отмечено выше, система налогообложения в Беларуси является одной из главных проблем для развития малого бизнеса. Респондентам было предложено проранжировать проблемы в области налогообложения по пятибалльной системе, табл. 4.1.

<sup>3</sup> В 2002 г. чтобы начать собственное дело предприятию было необходимо пройти громоздкую процедуру регистрации и шесть послерегистрационных процедур (открытие счета в банке, получение необходимых лицензий и пр.). Это занимало в среднем четыре месяца и требовало общих затрат от 400 до 1300 долларов (без учета времени на подготовку учредительных документов и затрат на формирование минимального уставного фонда) (Годунова О., 2002). В 2000 г. процедура регистрации фирмы занимала до полугода и требовала в три раза большей суммы (Данейко П., 2001).

Таблица 4.1

**Оценка респондентами проблем в области налогообложения по степени их важности (1 – не является проблемой и 5 – огромная проблема)**

Проблемы в области налогообложения	Среднее значение
Высокие ставки налогов	4.52
Реальное отсутствие постоянных правил	4.27
Высокие штрафные санкции за ошибки	4.26
Сложные и непонятные правила налогообложения и бух. учета (легко сделать ошибки)	3.83
Возможность безакцептного списания денег или внесудебной конфискации активов	3.33
Определение, сколько Вы должны будете оплатить налогов в будущем	3.32
Полная зависимость от желаний налоговых инспекторов, отсутствие к Вам уважения как к налогоплательщику	3.15

Практически аналогичные данные были получены в 2001 г. (Волчок, 2002). Таким образом, из проведенных опросов хорошо видно, что основную проблему белорусского бизнеса можно охарактеризовать как плохое налоговое законодательство. Социальная направленность бюджета, усиливаемая необходимостью поддержки огромного и непроизводительного государственного сектора, выливается в рост числа налогов, а частые изменения в этой сфере зачастую даже процветающий бизнес ставят на грань банкротства. Однако последние изменения в налоговом законодательстве (связанные с принятием Общей части Налогового кодекса) не оставляют надежд на значимое улучшение ситуации.

Регулирование цен (которое перенесено с республиканского на местный уровень, что позволяет правительству рапортовать перед многочисленными международными организациями о невиданной либерализации), сложность с получением лицензий, давление со стороны местных органов власти – это лишь неполный перечень барьеров уже *второго порядка* на пути развития частного сектора.

Наиболее обременительными для МСП были названы налог на добавленную стоимость и на прибыль, а также отчисления в фонд социального страхования, табл. 4.2.

Таблица 4.2

**Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие налоги Вы считаете наиболее обременительными для развития Вашего бизнеса?»**

	Число респондентов	%
Налог на добавленную стоимость	213	56.3
Налог на прибыль	196	51.9
Налоги и отчисления на фонд оплаты труда	176	46.6
Местные налоги	93	24.6
Таможенные пошлины	79	20.9
Подоходный налог	70	18.5
Другое (укажите)	23	6.1
Акцизный сбор	15	4.0

Еще одной проблемой в деятельности МСП в Беларуси является большое число проверок. Так, по данным Всемирного банка положение в этой сфере в Беларуси хуже, чем в Украине и России, табл. 4.3. (Всемирный банк, 2003).

Таблица 4.3

**Среднее число и продолжительность проверок в Украине и Беларуси**

Контролирующие органы	Беларусь, 2001		Украина, 2001		Россия
	Число проверок	Продолжительность проверки, дней	Число проверок	Продолжительность проверки, дней	Число проверок, первая половина 2002
Налоговые инспекции	2.2	15.5	1.4	13.1	1.16
Пожарные службы	2.2	2.0	1.3	2.7	1.36

Санитарные службы	4.0	2.7	1.1	3.5	1.18
Милиция	4.7	3.0	незначительно	незначительно	0.84
Комитет госконтроля	1.5	16.0	нет такого ведомства	нет такого ведомства	нет такого ведомства
Органы госбезопасности	2.0	11.5	незначительно	незначительно	н.д.
Прокуратура	1.2	5.0	незначительно	незначительно	н.д.
Органы ценового контроля	2.0	7.0	незначительно	незначительно	н.д.
Органы стандартизации	1.9	5.0	0.5	3.1	0.26
Органы по охране окружающей среды	1.8	2.5	незначительно	незначительно	0.3
Лицензирующие органы	2.2	4.5	незначительно	незначительно	н.д.
Органы защиты прав потребителей	3.0	2.0	0.4	2.1	н.д.
Министерства и ведомства	1.6	11.0	незначительно	незначительно	н.д.

Согласно опросу предприятие МСБ за последние 12 месяцев в среднем проверялось 2.3 раза. Таким образом, власти не выполнили свое предвыборное обещание проверять предприятие не чаще одного раза в год. При этом характерно, что наиболее проблемными для предпринимателей являются не визиты налоговой инспекции или КГК, а проверки менее важных контролеров. Чаще всего малый и средний бизнес проверяют органы санитарного и пожарного надзора, милиция, различные министерства и ведомства, местные органы власти, которые, как известно, берут немного, но часто см. приложение, табл. 7.7. Так, налоговая инспекция проверяла 72% МСП, однако большинство респондентов отметили, что их проверяли не более двух раз в год (одно предприятие отметило 20 проверок, еще одно – 30 проверок в год). КГК не проверял 77% участвовавших в опросе предприятий, при этом на большинстве МСП проверки проводились не чаще 2 раз в год (хотя есть ответы и 8 раз, и двенадцать, и пятнадцать раз в год). В тоже время, органами санитарного надзора проверялось больше половины предприятий, и частота проверок была значительно выше (есть ответы о двадцати, тридцати, сорока! проверок в год). Аналогичная ситуация и с пожарным надзором. Руководитель одного предприятия заявил о восьмидесяти проверках!

Средняя проверка длилась 3.7 дня. Если умножить общее количество проверок на их среднюю продолжительность, получится вроде немного – 9 дней. Однако если учесть, что есть предприятия, которые проверяются и по 20 дней, и по пять раз в году, набегает внушительное число человеко-дней, которые предприниматели вынуждены тратить на общение с контролирующими органами. При этом, только 10.3% предприятий отметили, что на их предприятиях проверок за прошедший год не было вообще. Дольше всего работали на предприятиях проверяющие из налоговой инспекции и комитета государственного контроля – органа, имеющего право проверять любую сферу деятельности предприятия. Подавляющее большинство предпринимателей констатируют сохранение количества проверок на прежнем уровне. Почти треть фиксирует даже их рост. И только один из десяти респондентов отметил, что число проверок по сравнению с предыдущим годом снизилось (табл. 4.3).

Таблица 4.3

**Ответы респондентов на вопрос «Как изменилось количество проверок в сравнении с прошлым годом?»**

	Число респондентов	% респондентов
Увеличилось	105	27.8
Осталось без изменений	230	60.8
Уменьшилось	43	11.4

Особой проблемой для белорусского бизнеса является лицензирование и сертификация. В Беларуси до сих пор лицензируется более 800 видов деятельности, лицензии выдаются на

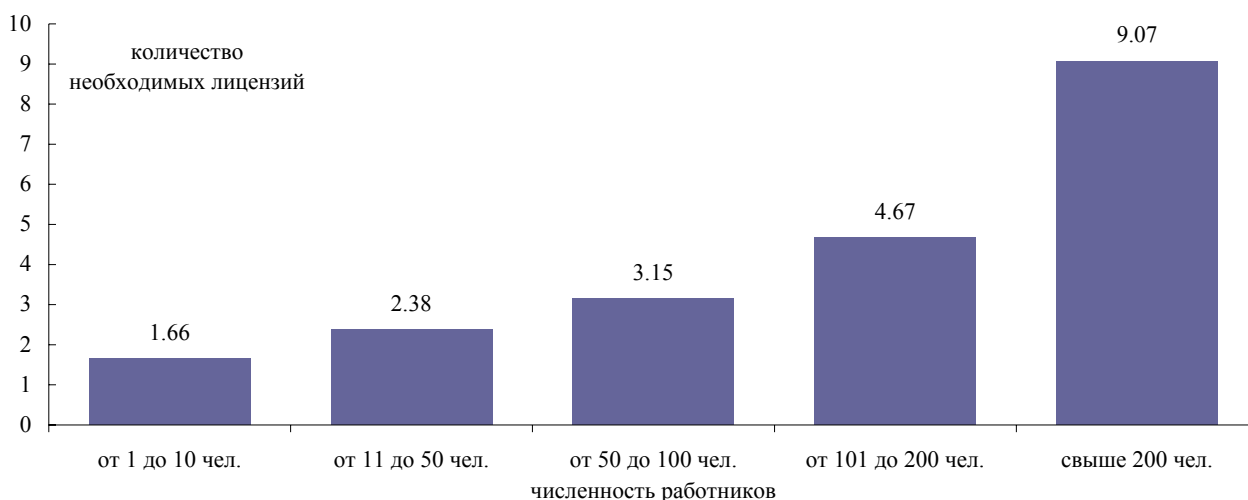
ограниченный срок более чем 40 органами государственного управления. Получение лицензии занимает время и стоит денег, однако ее в любой момент могут отозвать и или потребовать получения дополнительной. Ситуацию в сфере лицензирования в Беларуси по сравнению со странами-соседями отлично демонстрирует исследование Всемирного банка, табл. 4.4. (Всемирный банк, 2003)

Таблица 4.4

### Процедуры лицензирования в Грузии, Украине, Молдове и Беларуси

	Грузия, 2001	Украина, 2001	Молдова, 2002	Беларусь, 2001
Количество требуемых лицензий для средней фирмы	0.9	1.6	3	5.5
Время, затрачиваемое на получение одной лицензии	12 дней	11 дней	28.6 дней	30 дней
Официальная сумма оплаты за одну лицензию	\$167	\$ 63	\$389	\$135
% тех, кто платит неофициально	19%	19%	37.6%	18.9%
Размер неофициальных платежей за одну лицензию	\$157	\$21	\$158	\$67

Проведенный ИПМ опрос подтверждает важность упрощения процедур лицензирования, о которых власти говорят уже на протяжении последних двух лет. Среднестатистическое предприятие в среднем имеет 3 лицензии (одна лицензия – один вид деятельности). Однако есть МСП, имеющие 10, 15, 25, 60 лицензий. В опросе встретилось даже одно предприятие из Брестской области, которое имеет максимальное число лицензий – 80. При этом в зависимости от размера предприятия распределение количества необходимых лицензий выглядит следующим образом: чем больше предприятие и его потенциальные и реальные возможности по расширению бизнеса, тем больше лицензий ему нужно (рис. 3).



**Рис. 3. Зависимость числа необходимых лицензий от размера предприятия**

Больше всего лицензий требуется в производстве – в среднем 4.33 шт., далее следуют торговля и строительство – 3.4, транспорт и связь – 2.68, бытовое обслуживание – 2.19 лицензии.

На вопрос о том, как за последнее время изменились процессы и условия, связанные с получением лицензий, подавляющее большинство респондентов констатирует в лучшем случае консервирование ситуации. При этом более 40% респондентов отмечают, что процесс получения лицензий даже усложнился по сравнению с прошлым (табл. 4.5).

Таблица 4.5

### Распределение мнений респондентов об изменении условий получения лицензий

Число респондентов	%
--------------------	---

Усложнились	148	41.6
Остались без изменений	194	54.5
Упростились	14	3.9

Необходимость сертификации и гигиенической регистрации является значительным бременем для белорусских компаний. В таблице 4.6 приведено сравнение ситуации в Беларуси с ситуацией в Грузии и Украине. Это приводит к повышению стоимости продукции и снижению конкурентоспособности белорусской экономики

Таблица 4.6

#### Сравнение требований по сертификации продукции

	Грузия	Украина	Беларусь (сертификация)	Беларусь (гигиеническая регистрация)
% товаров и услуг, подлежащих сертификации	46.6%	26.1%	35%	27%
Время, затрачиваемое на получение одного сертификата, дни	3.4	15.3	24	15
Официальная сумма платы за получение одного сертификата	\$989	\$120.7	\$146	\$45
% тех, кто платит неофициально	35.4%	22.4 %	10.5%	10%
Размер неофициальных платежей (сверх официальной платы)	\$73.8	\$223	\$195	\$29

Как показывает исследование ИПМ, проблемы получения сертификатов являются не менее острыми, чем проблемы лицензирования. Более 60% респондентов отметили, что для деятельности их предприятий необходимо получение сертификатов. Чаще всего сертификаты необходимо получать на отдельные партии продукции. Однако почти на каждом пятом предприятии сертифицируется и производственная линия (табл. 4.7).

Таблица 4.7

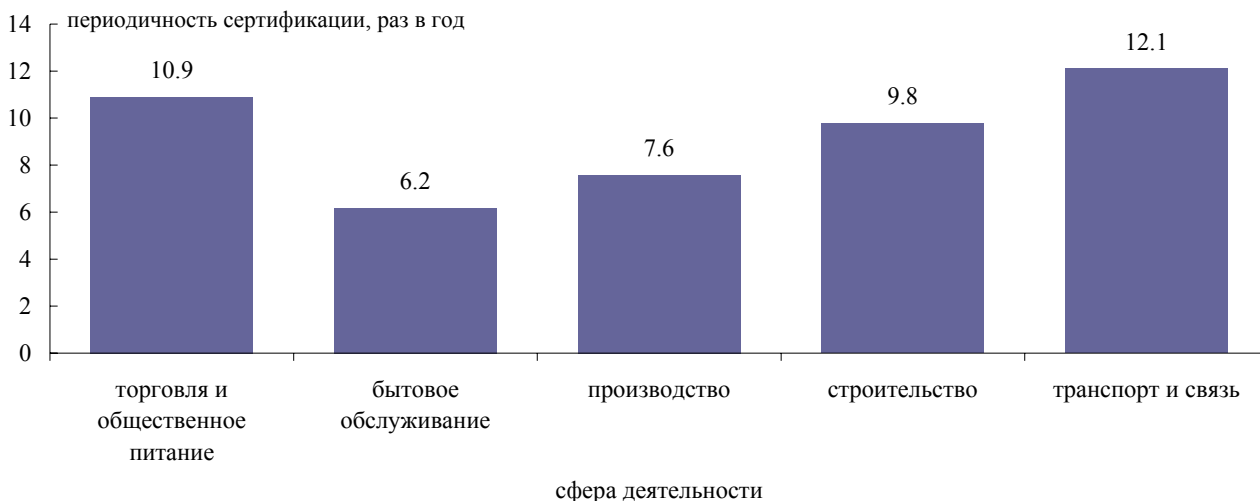
#### Ответы респондентов на вопрос «Что у Вас сертифицируется?»

	Число респондентов	% респондентов
Производственная линия	78	20.6
Отдельные партии продукции	166	43.9

В среднем процесс сертификации предприятия проходят 8.4 раза в год. Три МСП заявили, что процессом сертификации они занимаются 99 раз в год, два- 90 раз, десять МСП сертифицируют 10 раз в год.

Больше всего сертификации требуется в сфере оказания услуг, например, фирмы в сфере оказания услуг на транспорте и в области связи делают это более 12 раз в год (рис. 4).

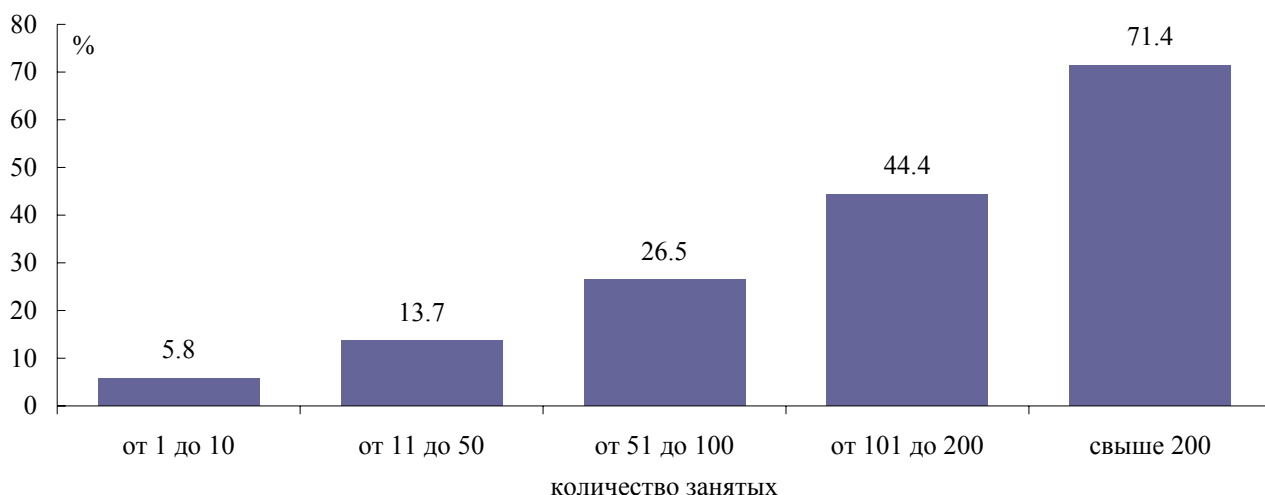




**Рис. 4. Зависимость периодичности сертификации от сферы деятельности предприятия**

В погоне за высокими темпами роста ВВП белорусское правительство не останавливает такая категория как права собственности или четкое осознание МСП своей выгоды. Наиболее поразительным фактом вмешательства органов госуправления в деятельность частных фирм является доведение до них объемов производства. 20% руководителей частных предприятий отметили, что вышестоящие организации доводят до их предприятий темпы роста объемов производства. Причем, чем больше занятых на предприятии, тем выше процент положительно ответивших на этот вопрос респондентов (рис. 5).

С целью минимизации временных и финансовых издержек вследствие высокого уровня административного регулирования происходит значительный уход бизнеса в «тень», в сферу теневой экономики. Беларусь не входит в число 100 наиболее коррумпированных экономик согласно наиболее распространенному для измерения данного явления индексу Transparency International (TI, 2002). Однако столь низкий рейтинг можно легко объяснить методикой расчета индекса, ведь опрашиваются иностранные предприятия, уже работающие на рынке той или иной страны. Вполне вероятно, что если бы в опросе TI участвовали предприятия, отказавшиеся от инвестиционных планов в связи с непрозрачностью белорусского законодательства, индекс Беларуси был бы несколько другим.



**Рис. 5. Положительный ответ респондентов на вопрос «Доводят ли до Вас органы власти темпы роста объемов производства»**

Как показало данное исследование, в Беларуси существует довольно большой сектор теневой экономики<sup>4</sup>. Около 60% респондентов отметили, что на белорусских предприятиях не весь оборот отражается в официальном документообороте, 20% руководителей отметили, что 50% их оборота не регистрируется официальными органами (табл. 4.8).

Таблица 4.8

**Распределение ответов респондентов на вопрос «Какая, по Вашему мнению, доля оборота частных предприятий проходит без отражения в документах бухгалтерского учета (теневой оборот)?»**

2002 г.	% респондентов	2000 г.	% респондентов <sup>5</sup>
Такого явления нет	36.0	Такого явления нет	15.1
до 10%	17.5	до 10%	6.9
10-25%	17.5	11-20%	14.4
Около 50%	19.0	41-50%	28.5
50-75%	3.4	51-70%	16.8
Более 75%	3.4	71-90%	18.2
Отказ от ответа	3.2	Отказ от ответа	-

Большой объем теневого оборота отмечают фирмы, занятые в сфере услуг – фармацевтике и медицине, риэлтерской деятельности, программировании, рекламе, консалтинге и аудите. Как правило, оказание таких услуг (в отличие от производства) легче всего не проводить по бухгалтерии, полюбовно договорившись с заказчиком.

Интересно, что более высокий процент теневого оборота показывают скорее малые (до 50 чел.), чем крупные организации. Так, например, теневой оборот достигает 50% у субъектов с числом работников до 10 человек (35%), от 11 до 50 чел. – 43% (для сравнения: только 20% фирм с числом занятых от 100 чел. и выше считают аналогичным образом). Еще больше малых предприятий в числе тех МСП, у кого теневой оборот составляет до 75% оборота – их доля в общем числе ответивших составляет 54%.

Представляется, что цифры по теневому обороту могли быть еще большими, если учесть, что часть фирм в целях минимизации налогов используют вполне легальные схемы увеличения своих затрат (использование оффшорных зон, фирм-однодневок, многократные «прокручивания» денег и пр.) или ухода от уплаты НДС. Теневой оборот тем больше, чем больше налоговое бремя в стране. Однако чем больше фирма, тем больше у нее возможностей минимизировать налоговую нагрузку на вполне законных основаниях с помощью высококвалифицированных бухгалтеров и юристов. Следовательно, вопрос о теневом обороте, причинах его возникновения и способах борьбы с ним нуждается в дополнительном исследовании.

Таким образом, к цифрам белорусского ВВП нужно относиться крайне осторожно: государственный сектор имеет стимулы его завышать, а частный – всячески занижает. Хотя, учитывая его низкий удельный вес в самом ВВП (около 10-12% по разным методикам), занижение в принципе не столь уж и значительно.

Непрозрачность экономики и ее коррумпированность характеризуется частотой выплаты вознаграждения тем или иным чиновникам (взятками). Только 20% руководителей МСП Беларуси заявили о том, что они не дают взяток<sup>6</sup>. 40% руководителей делают это постоянно, табл. 4.9.

<sup>4</sup> Возможно столь низкие ответы связаны с не совсем точной формулировкой теневого оборота, понимаемого здесь как продажи, нефиксируемые бухгалтерией. Согласно определениям некоторых экспертов, теневой оборот – это все то, что используется для минимизации налогов (Долгопятова, ссылка). Часть таких сделок можно проводить через бухгалтерию вполне легально, используя подставные фирмы.

<sup>5</sup> См. Пушкарев, 2001

<sup>6</sup> Социологи, проводившие данный опрос, отмечали низкую откровенность респондентов в ответах на вопросы о теневом обороте, взятках и «откатах». Несмотря на всю деликатность формулировок и анонимность опроса интервьюерам часто приходилось слышать примерно такой ответ: "Вы пришли ко мне, вы знаете название моей фирмы и мое имя, о какой анонимности можно вести речь?" Их страхи, учитывая фискальный характер белорусских контролеров, вполне объяснимы.

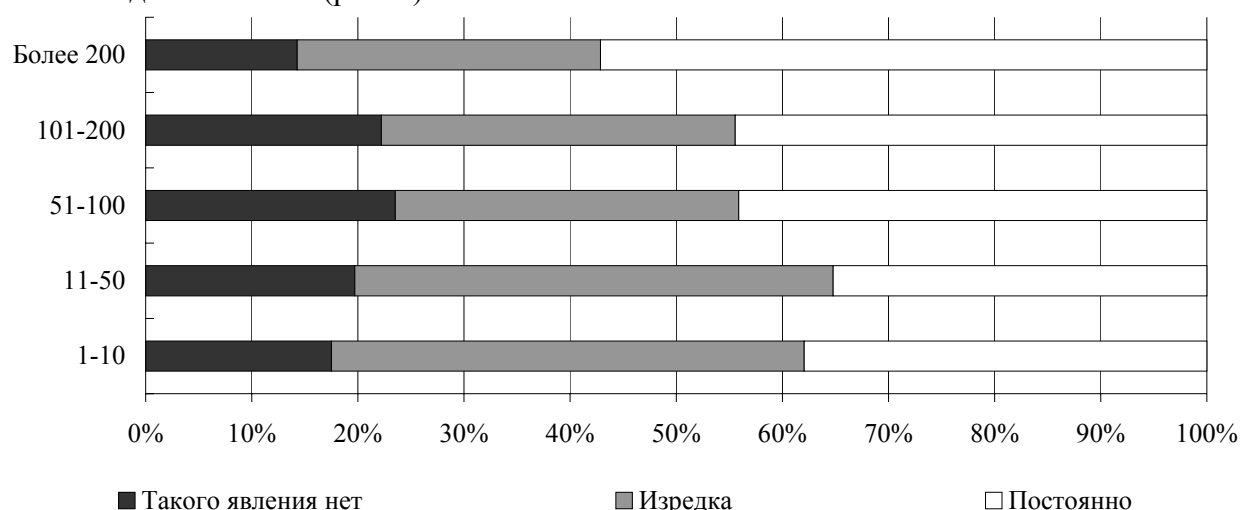
**Ответы респондентов на вопрос «Как часто, на Ваш взгляд, руководители частных предприятий вынуждены давать взятки (в любой форме) представителям органов власти?»**

	Число респондентов	%
Такого явления нет	70	18.5
Изредка	154	40.7
Постоянно	149	39.4
Отказ от ответа	5	1.3

Частокол из запретов и регламентаций создает уникальную ситуацию, когда работать и не нарушать законодательство практически невозможно. Так, на вопрос «Как Вы считаете, можно ли в нашей стране работать в частном бизнесе и при этом не нарушать закон?» только 19% респондентов ответили положительно (Н. Букова, 2002).

Согласно опросу МФК 48% руководителей МСП считают, что наиболее типичным отношением чиновников к предпринимателям является «как к источнику личного обогащения», еще 13% считают, что они «объект управления» (Н. Букова, 2002).

Возвращаясь к проблеме взяток можно отметить, что чем крупнее предприятие (то есть, чем больше на нем число работников), тем больше доля руководителей, которым приходится постоянно давать взятки (рис. 6).



**Рис. 6. Частота использования взяток и размер предприятия**

Аналогичный вопрос о частоте взяток был задан предпринимателям в анкете опроса, проведенного МФК летом 2001 года (IFC, 2001). Сравнение результатов двух опросов (МФК и ИПМ), свидетельствует о том, что число предпринимателей, считающих, что такого явления как взятки в Беларуси нет, несколько сократилось, однако разница слишком незначительна, чтобы можно было говорить о существенном изменении ситуации в этой области.

Спецификой многих постсоветских экономик является использование большого количества неформальных институтов для решения задач бизнеса. Одним из них является так называемый «откат» – денежное вознаграждение за получение выгодного заказа. Как видим, 68% руководителей частных предприятий вынуждены давать комиссионные при заключении выгодных сделок (табл. 4.10).

**Ответы респондентов на вопрос «Как Вы считаете, насколько распространено в Беларуси такое явление как «откат» при получении выгодных заказов?»**

	Число респондентов	% респондентов
Имеет место при каждой сделке	44	11.6

Имеет место при каждой второй сделке	71	18.8
Имеет место при каждой третьей сделке	54	14.3
Имеет место при каждой пятой сделке	40	10.6
Имеет место при каждой десятой сделке	48	12.7
Такого явления нет	98	25.9
Отказ от ответа	23	6.1

Причем чем больше фирма, тем чаще нужно давать «откаты»: если малые компании встречаются с этим явлением при каждой первой-третьей сделке примерно в 40% случаях, то крупные – в 63%. Таким образом, несмотря на наличие большого числа конкурентов на рынке многие сделки регламентируются не рыночными категориями «цена – качество», а личной мотивацией менеджеров из отдела сбыта или самих руководителей.

## 5. ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО БИЗНЕСА

- низкая активность в области политики по созданию торговых марок;
- знание законодательства как конкурентное преимущество;
- повышение платежеспособного спроса как фактор оживления бизнес среды;
- осознание необходимости обучать высшее и среднее звено управления фирмой;
- низкая роль предпринимательских союзов в решении проблем бизнеса;
- недостаточная активность негосударственных СМИ в создании положительного образа предпринимателя.

В деятельности любого предприятия можно выделить внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на его функционирование. К числу внутренних относят систему производства и продвижения товаров/услуг, компетенции и гибкость сотрудников, наличие особых свойств товара, возможность быстро изменять ассортимент, подстраиваясь под платежеспособный спрос и т.д. Внешние факторы являются экзогенными для деятельности любого предприятия, поскольку менеджмент не может оказывать на них влияние. К ним относят макроэкономическую ситуацию в стране, налоговую и административную нагрузку, наличие в стране сырьевых факторов, войны, стихийные бедствия и пр.

Как было отмечено выше, внешние факторы оказывают значительное отрицательное воздействие на деятельность большинства МСП (за исключением тех, кто имеет «крышу» в виде знакомств с ключевыми чиновниками). Однако, как показало исследование, большинство предпринимателей собираются расширять свой бизнес. В этой связи, представляется интересным рассмотреть каковы факторы повышения внешней и внутренней конкурентоспособности глазами самих предпринимателей.

Так, одним из факторов повышения собственной конкурентоспособности в странах с рыночной экономикой является создание торговых марок (брендов). Многие экономисты связывают устойчивый рост в трансформационных экономиках именно с политикой по созданию брендов со стороны новых частных предприятий. Сегодня использование собственных товаров, в первую очередь, продовольственных, характерно не только для стран Центральной и Восточной Европы, но и наших ближайших соседей – России и Украины.

Однако многочисленные препоны, стоящие на пути развития бизнеса, не способствуют созданию и продвижению на отечественном рынке торговых марок. Сегодня белорусскому потребителю больше известны торговые марки российских или украинских производителей, чем собственные. Почти половина респондентов (47%) отметили, что они не зарегистрировали и не планируют создавать собственные брэнды. Еще 20% руководителей малых и средних фирм Беларуси только собираются это делать. Четверть опрошенных предприятий имеют от одной до трех зарегистрированных торговых марок.

Таблица 5.1

**Ответы респондентов на вопрос «Если Вы планируете расширение своей деятельности, то за счет каких факторов?»**

	Число респондентов	%
Освоение новых видов деятельности	132	34.9
Расширение ассортимента	116	30.7
Поиск новых рынков сбыта и каналов продвижения внутри страны	93	24.6
Повышение активности в области рекламы и продвижения товаров	57	15.1
Выход на внешние рынки	55	14.6
Повышение профессионального уровня сотрудников	50	13.2
Улучшение качества продукции и повышение цен	38	10.1
Инвестирование в технологии и оборудование	31	8.2
Снижение цен	27	7.1
Привлечение дополнительных финансовых ресурсов	27	7.1
Изменение системы управления предприятием	19	5.0

Успешная стратегия тех предприятий, которые даже в очень сложных условиях Беларуси достигли роста объемов продаж, задают направления для деятельности всех остальных. Основными инструментами, которые предполагают использовать руководители предприятий для расширения деятельности, являются освоение новых видов деятельности, расширение ассортимента имеющихся товаров или услуг и поиск новые рынков сбыта внутри страны. Более агрессивную рекламную политику планируют проводить 15% респондентов, почти такая же доля предпринимателей видит путь в выходе на внешние рынки. Повышение квалификации сотрудников как способ достижения лучших показателей развития компании видят только 13% руководителей (табл. 5.1).

При этом лично перед собой руководители предприятий в первую очередь ставят задачу совершенствования маркетинговой политики предприятия и совершенствования производства. В тоже время, повышение мотивации и активности сотрудников как фактор роста конкурентоспособности предприятия выходит на третье место, что означает потенциально высокую емкость рынка бизнес образования, табл. 5.2.

Таблица 5.2

**Ответы респондентов на вопрос «Какие задачи Вы ставите перед собой на следующий год как перед руководителем предприятия?»**  
(можно было выбрать 3 наиболее актуальные области из предложенного списка)

	Число респондентов	%
Совершенствовать маркетинговую политику предприятия (рынки сбыта, новые продукты, каналы дистрибуции, цены)	253	66.9
Совершенствовать производство	138	36.5
Работать над развитием активности сотрудников и руководителей среднего звена	135	35.7
Совершенствовать систему управления предприятием (изменять организационную структуру, систему отчетности, систему коммуникаций и т.п.)	100	26.5
Искать и привлекать извне финансовые ресурсы для решения существующих на предприятии проблем	94	24.9
Внедрять современные информационные технологии	82	21.7
Совершенствовать систему управления финансами и контроллинга	72	19.0
Развивать взаимоотношения с внешними инстанциями и влиятельными лицами	69	18.3
Совершенствовать систему управления издержками	56	14.8

Успех фирмы основан на ее конкурентных преимуществах. В условиях рыночной экономике топ-менеджеры предприятий тщательно анализируют и развивают свои конкурентные преимущества, которые помогают им удерживать рынок или завоевывать новые ниши.

Среди основных конкурентных преимуществ белорусскими руководителями МСП были названы знание рынка и умение предвидеть рыночную конъюнктуру, профессиональный

трудовой коллектив, способность производить конкурентоспособную продукцию, см Приложение, табл. 7.8. Только один респондент из 378 отметил, что у его предприятия конкурентных преимуществ нет,

В тоже время, 26% респондентов назвали знание законодательства как конкурентное преимущество их фирмы. Возможно, это одна из наиболее специфических черт белорусской институциональной реальности.

Среди внешних факторов, способствующих повышению конкурентоспособности предприятий, были названы наиболее актуальные для бизнеса проблемы (высокие налоги и нестабильное и непрозрачное законодательство). Одновременно, проблема низкого покупательского спроса вышла на второе место, опередив даже законодательство, табл. 5.3. Учитывая политику жестких бюджетных ограничений, проводимую в настоящее время властями, можно прогнозировать, что данная проблема будет становиться все более и более актуальной, поскольку неэффективный и нереформируемый огромный госсектор будет способствовать дальнейшему снижению покупательской способности абсолютного большинства населения.

Таблица 5.3

**Наиболее частые ответы респондентов на вопрос «Решение какой проблемы даст наибольший толчок развитию Вашего бизнеса?»**

	Число респондентов	%
Налоговая реформа, уменьшение налогов	123	32.5
Увеличение покупательского спроса, повышение жизненного уровня населения	83	22.0
Стабильность законодательства	68	18.0
Изменение экономического климата, либерализация экономики	38	10.1

В 2000 г. менее трети опрошенных предпринимателей заявили о том, что различные формы и программы государственной поддержки развития МСП эффективны. Как и три года назад, от государства большинство предпринимателей хотело бы получить снижение налоговой нагрузки, совершенствования специального законодательства по малому бизнесу, снижение барьеров входа на рынок, совершенствование системы финансовой поддержки предпринимательства и защиты от произвола контролеров. Интересно, что предприниматели Беларуси больше хотят защищаться от собственных чиновников, а не от криминальных структур (табл. 5.4).

Таблица 5.4

**Ответы на вопрос «Какие меры, по Вашему мнению, нужно предпринять органам власти, чтобы ускорить развитие частного бизнеса в Беларуси?»  
(можно было указать не более 3 вариантов ответа)**

	Число респондентов	%
Снизить налоговое бремя	304	80.4
Улучшить законодательство по малому предпринимательству	198	52.4
Упростить регистрацию, лицензирование и другие процедуры, контролирующие вход на рынок	154	40.7
Развить систему финансовой поддержки малого предпринимательства	146	38.6
Защитить предпринимательство от произвола со стороны контролирующих органов	136	36
Ускорить малую приватизацию	48	12.7
Обеспечить независимый от исполнительной власти суд	44	11.6
Защитить предпринимательство от произвола со стороны криминальных структур	12	3.2

Предприниматели не верят в возможности различных бизнес-ассоциаций и предпринимательских союзов решать стоящие перед бизнесом проблемы. Только 16% предпринимателей, принявших участие в опросе, являются членами каких-либо предпринимательских объе-

динений или союзов<sup>7</sup>. Однако беспомощность союзов или надежда на собственное решение проблем являются не единственными причинами такой ситуации. Почти треть респондентов заявляет об отсутствии информации о деятельности таких союзов, табл. 5.5.

Умение объединяться и договариваться не со знакомым чиновником, а всем предпринимателям вместе играет значительную роль в формировании предпринимательского климата. Осознание этого факта будет способствовать более организованным протестным настроениям бизнеса и более эффективным механизмам по лоббированию собственных интересов.

Таблица 5.5

**Ответы респондентов на вопрос «Почему Вы не становитесь членом предпринимательских союзов и ассоциаций?»**  
(можно было выбрать не более трех вариантов ответа)

	Число респондентов	%
Не вижу никакого смысла	140	37.0
Беспомощность союзов в решении проблем предпринимательства	120	31.7
Нет информации о деятельности таких союзов	103	27.2
Надежда на самостоятельное решение возникших проблем	88	23.3
Считаю это политически невыгодным	16	4.2
Высокие членские взносы	7	2.0
Другое	7	2.0

Сегодня бизнес уже начал осознавать, что для развития предпринимательства в стране необходимо создание более позитивного отношения к предпринимательству со стороны населения и органов власти и управления. Однако белорусские масс-медиа пока не играют на стороне отечественного бизнеса. Интересный факт, только половина негосударственных СМИ, по мнению предпринимателей, создает положительный образ предпринимателя, тогда как два года назад таких СМИ было 77%. Государственные же СМИ в освещении их деятельности еще более тенденциозны, хотя ситуация значительно улучшилась (табл. 5.6).

Таблица 5.6

**Ответы респондентов на вопрос «Какое, на Ваш взгляд, влияние оказывают белорусские средства массовой информации на формирование общественного мнения о предпринимательской деятельности?»**

	Независимые СМИ		Государственные СМИ	
	2002, %	2000, %	2002, %	2000, %
Формируют скорее положительное общественное мнение	46.3	71.5	9.5	17.2
Формируют скорее негативное общественное мнение	11.1	21.6	58.2	77.7
Вообще не оказывают влияния на общественное мнение	41.0	6.9	31.2	5.2

Несмотря на все препоны и проблемы, которые несет в себе занятие предпринимательской деятельностью в Беларуси, большинство предпринимателей отмечают, что хотели бы, чтобы их дети занимались предпринимательской деятельностью. Более того, число тех, кто определенно хочет видеть своих детей занимающимися собственным бизнесом, даже несколько увеличилось (табл. 5.7).

Таблица 5.7

**Распределение ответов на вопрос «Хотели бы вы, чтобы Ваши дети занимались предпринимательской деятельностью?»**

	2002, %	2000, %
--	---------	---------

<sup>7</sup> Тем не менее, незначительный прогресс есть – в 2000 г. согласно проведенному опросу таких респондентов было 10%.

Определенно да	22.5	19.8
Скорее да	35.4	35.8
Скорее нет	14.6	14.2
Определенно нет	2.6	9
Затрудняюсь ответить	24.9	21.2

Необходимость совершенствовать внутренние факторы собственной конкурентоспособности вынуждают обращать пристальное внимание на образование руководителей МСП и кадровую политику фирм.

Большинство руководителей предприятий (77%) имеют высшее, а 4% – два высших образования, однако только четвертая часть – экономическое. Опять, специфика белорусского бизнеса – только 1% респондентов имеет степень MBA (Master Business Administration), табл. 5.8. При чем, 57% руководителей предприятий признались, что вообще не знают, что это такое. Для сравнения, в странах с рыночной экономикой более 70% руководителей имеют данную степень.

Таблица 5.8

### Образование руководителей предприятий

	Число респондентов	% респондентов
Среднее	8	2.1
Среднее специальное экономическое	12	3.2
Среднее специальное иное	39	10.3
Незаконченное высшее	28	7.4
Высшее экономическое	101	26.7
Высшее юридическое	17	4.5
Высшее иное	188	49.7
MBA	3	0.8

Тем не менее, судя по результатам исследования, в ближайшие годы спрос на обучение по программе MBA будет довольно высок, так как 16% респондентов считают необходимым получение степени MBA для самих себя и 21% – для своих сотрудников.

Интересно, что при вопросе о наиболее важных внутренних препятствиях для развития бизнеса, наиболее значительными были названы именно проблемы компетенции сотрудников, профессиональной подготовки, мотивации трудового коллектива (табл. 5.9).

Таблица 5.9

### Ответы респондентов на вопрос «Что, на Ваш взгляд, препятствует развитию Вашего предприятия?»

(из предложенного списка можно было выбрать не более трех вариантов ответа и добавить свой вариант)

	Число респондентов	%
Общий профессиональный уровень сотрудников (недостаток знаний и умений, необходимых для успешной работы)	128	33.9
Пассивность сотрудников	127	33.6
Общий профессиональный уровень руководителей (недостаток знаний в области маркетинга, менеджмента, финансов, управления производством)	116	30.7
Отсутствие в коллективе общих целей и ценностей	84	22.2
Излишне жесткая / излишне мягкая система контроля внутри предприятия	82	21.7
Низкий уровень взаимодействия и координации между подразделениями	78	20.6
Негибкость в изменении организационной структуры	76	20.1
Отсутствие культуры качества в работе	58	15.3

При подборе кадров для своих предприятий большинство руководителей считают наиболее предпочтительным использование уже имеющихся на рынке труда специалистов. Примерно треть руководителей готова повышать квалификацию своих сотрудников и только 13% считают целесообразным поиск молодых специалистов в ВУЗах, табл. 5.10.



Среди других факторов, характеризующих использование рыночных технологий и знаний, можно отметить активное использование большинством МСП современных технических средства в своем бизнесе. Девять из десяти предпринимателей постоянно работают с компьютером, 70% руководителей пользуются Интернетом и электронной почтой. 30% предприятий имеют даже свои собственные Web-страницы (возможно через несколько лет они превратятся в полноценные сайты).

Таблица 5.10

**Распределение ответов на вопрос «Что для Вас предпочтительнее при обеспечении предприятия квалифицированными кадрами?»**

	Число респондентов	%
Профессиональное обучение сотрудников на различных курсах повышения квалификации	113	29.9
Поиск на рынке труда высококвалифицированных специалистов	244	64.6
Поиск и привлечение кадров среди студентов и выпускников	50	13.2

Различные автоматизированные системы управления на МСП распространены в разной степени. Как правило, на МСП автоматизирован процесс бухгалтерского учета (70%). У 40% предприятий автоматизирован документооборот и работа с клиентами. Остальные АСУ используются в значительно меньшей степени. А на 16% предприятий средства автоматизации не используются вообще.

## 6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Проведенное исследование не явилось неким исключением в анализе бизнес среды в Беларуси и факторов, ее определяющих. Оно подтвердило основные выводы международных организаций и предпринимательских союзов о чрезмерной регуляторной нагрузке на предприятия.

**В целом, анализируя проблемы развития МСП в Беларуси, можно сделать следующие выводы:**

1. Как и три года назад проблемы у белорусских предпринимателей все те же – высокие ставки налогов и частые изменения в налоговой отчетности, нестабильное и непрозрачное законодательство, регламентирующее хозяйственную деятельность, низкий покупательный спрос, проверки контролирующих органов и давление со стороны местных властей. Органы государственного управления создали уникальную ситуацию, когда предприниматели полностью зависят от власти, выступая в роли просителей лицензий, сертификатов, разрешений и согласований, которые в любой момент могут быть отозваны. Частые изменения в «правилах игры» не способствуют уверенности и возможности планировать бизнес на средне- и долгосрочную перспективу.

2. Несмотря на снижение временных и финансовых издержек, связанных с регистрацией бизнеса по сравнению с 1999-2000 гг., издержки входа на рынок остаются высокими, превышая показатели ближайших соседей Беларуси (Польши, Литвы, России и Украины). Свободные границы и более либеральное законодательство в этих странах способствуют выводу капитала и созданию бизнесов в этих странах.

3. Сложные и дорогостоящие процедуры регистрации бизнеса в Беларуси объясняются борьбой чиновников с фирмами-однодневками. Однако высокие налоги являются одним из основных факторов, препятствующих развитию МСП. Желание минимизировать налоговые платежи будет и дальше способствовать различным формам существования теневого рынка и бегству капитала. На каждый запрет законодательства есть несколько вполне легальных схем «ухода» от запрета. В результате в бюджет не поступают налоги, не создаются рабочие

места, явные и неявные транзакционные издержки увеличивают стоимость готовой продукции. В конечном счете, все издержки такой политики оплачивает рядовой потребитель.

4. Как результат «потребительского» отношения власти к бизнесу, несмотря на формальное улучшение макроэкономических показателей в 2001-2002 гг., в частности снижение инфляции и стабилизацию курса национальной валюты, приток в страну прямых иностранных инвестиций и заявления властей о благоприятном инвестиционном климате, финансовое состояние частного бизнеса в Беларуси продолжает ухудшаться. И хотя, количество тех предприятий, чьи продажи стремительно сокращались в 1999-2001 гг., в 2002 г. несколько снизилось, говорить об улучшении ситуации пока не приходится. Слишком незначителем процент таких предприятий.

5. Одним из наиболее деструктивных факторов в развитии МСП является отсутствие уверенности их руководителей в завтрашнем дне. Около половины руководителей крупных и мелких, старых и новых, столичных и региональных, торговых и производственных предприятий не могут спрогнозировать развитие собственного бизнеса в самой ближайшей перспективе – в следующем году.

6. Возможности предпринимателей лоббировать собственные интересы в одиночку сильно ограничены. Однако 80% МСП не входят в бизнес ассоциации, призванные отстаивать их интересы. Неумение и/или нежелание предпринимателей объединяться и защищаться облегчают задачу властей рассматривать их как источник пополнения бюджетов различного уровня и собственные карманы чиновников (подавляющее большинство предпринимателей заявило о необходимости периодически или постоянно давать взятки). Изменить отношение в обществе к предпринимательству могут масс-медиа. Однако только половина руководителей МСП считает, что негосударственные СМИ формируют скорее позитивный образ предпринимателя. Отношение к государственным СМИ еще более настороженное.

7. Тем не менее, недаром занятие бизнесом сравнивают с травой из под асфальта, которая несмотря на все преграды в любом случае пробьет себе путь. Частный бизнес в Беларуси продолжает развиваться. Более половины руководителей МСП собираются развиваться и расширять бизнес в ближайшие два года. Большая часть предпринимателей хотела бы, чтобы и их дети занимались бизнесом.

Среди основных причин, способствующих увеличению продаж, предприниматели называют эндогенные для их бизнеса факторы – изменение ассортимента, качества, производственной мощности, системы реализации и продвижения. Осознание того факта, что внешняя для их бизнеса среда будет меняться медленно, приводит к необходимости уделять особенно пристальное внимание кадровой политике предприятия. Обучение персонала, изменение мотивации и рост компетенции становятся важнейшими источниками роста конкурентоспособности. В этой связи можно прогнозировать усиление конкуренции на рынке труда за наиболее квалифицированные ресурсы.

Количество МСП в Беларуси сокращается и будет сокращаться в силу высоких явных и неявных издержек по ведению легального бизнеса. И насильственными методами (принудительная регистрация индивидуальных предпринимателей в юридические лица согласно декрету №4) исправить ситуацию и «нарисовать» рост количества МСП вряд ли удастся. Пока существует законодательная возможность вводить налоги «задним числом», пока будет отсутствовать прозрачность и стабильность в области получения лицензий, сертификатов, пока будет возможность внесудебной конфискации имущества в условиях наличия более 20 других контролирующих органов, капитализм в Беларуси будет развиваться по латиноамериканскому пути. С вытекающей из данной социально-экономической модели дороговизной, нищеты большинства населения и узкой группой процветающих бизнесменов и государственных чиновников, которые умеют договариваться.

Таким образом, для кардинального изменения ситуации нужно принципиально изменить отношение органов государственного управления к частному бизнесу – важному источнику долгосрочного экономического роста в Беларуси. Напомним, что среди институтов, способствующих экономическому росту, в рыночной экономике выделяют:

- надежные права собственности;
- стабильные валюту и цены;
- конкурентные рынки;
- свободную торговлю с иностранцами, открытую экономику;
- невысокий размер государства (измеряемый как удельный вес госрасходов и налоговых отчислений в ВВП);
- доверие между агентами экономики, обязательность партнеров;
- законность и правопорядок, доминирование правового решения деловых проблем над неформальными и силовыми;
- высокий уровень корпоративного управления;
- прозрачность компаний, использование международных стандартов финансовой отчетности;
- развитые финансовая и банковская системы.

Для снижения регуляторной нагрузки и стимулирования развития частного сектора в Беларуси необходимо выполнение следующих рекомендаций:

- упростить процедуры регистрации и ликвидации предприятий путем введения уведомительного, а не разрешительного принципа регистрации, осуществления регистрации по домашнему адресу, установления низких размеров уставного фонда (50-100 МЗП) и обеспечения права свободного выбора видов экономической деятельности.
- определить единый перечень документов для регистрации;
- закрепить принцип «одного окна», включая постановку субъекта хозяйствования на учет в налоговые и другие органы;
- закрепить положение о том, что ликвидация юридического лица может производиться либо по решению собственника или уполномоченного им органа, либо по решению суда;
- внести изменения в Налоговый кодекс, упрощающие систему налогообложения и снижающие налоговую нагрузку на предприятия;
- законодательно запретить все формы административного регулирования цен и тарифов кроме узкого перечня товаров и услуг;
- создать законодательство, регулирующее взаимоотношения с государством (собственником) в сфере аренды нежилых помещений и земельных участков (рыночные ставки арендной платы, отмена монополии государства на аренду жилых, торговых и производственных помещений, введение института собственности на землю);
- существенно сократить количество лицензируемых видов деятельности и принять Закон «О лицензировании»;
- либерализовать законодательство в сфере сертификации продукции, работ, услуг (упрощение порядка сертификации и удешевление ее процедуры);
- ревизия законодательства о приватизации, которое придало бы новый импульс процессам трансформации формы собственности.
- принятие закона «О едином порядке установления и применения экономических санкций» с одновременной отменой других нормативных актов, относящихся к данной проблематике.
- ревизия законодательства, регулирующего индивидуальную предпринимательскую деятельность, с целью упрощения порядка налогообложения и отчетности, обеспечения и защиты прав предпринимателей.
- активизация системы государственной поддержки предпринимательства путем оказания содействия местным властям в создании инфраструктуры, а также поддержки консультационных и информационных услуг в сфере бизнеса.

Реализация этих и других мероприятий позволит существенно сократить барьеры входа на рынок, а также трансакционные издержки большинства МСП, что будет являться лучшей предпосылкой для повышения активности внутренних и внешних инвесторов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Букова Н. (2002) *Что мы думаем о предпринимателях?* Малое предпринимательство в Беларуси. Малый и средний бизнес в Беларуси – сборник статей МФК.
2. В. Волчок (2002) *Отчет по опросу малого и среднего бизнеса.*  
<http://www.ipm.by/index.pl?topicid=c81a4b71#2>.
3. Годунова О., Королева И. (2002) *Малое предпринимательство в Беларуси.* Малый и средний бизнес в Беларуси – сборник статей МФК.
4. Данейко П. (2001) *Условия для частного бизнеса в Беларуси,* Экономика Беларуси в 1995-2000 гг.: от рынка к плану, Варшава, с.45-67.
5. Муравьев А., Игнатъев А., Круглик А. (1999) *Малый бизнес,* Санкт-Петербург, Университет экономики и финансов.
6. Пушкарев А. (2001) *Состояние и перспективы развития малых предприятий в Беларуси,* Экономика Беларуси в 1995-2000 гг.: от рынка к плану, Варшава, с.19-45.
7. Пушкарев А. (2000) Исследование малых предприятий Беларуси  
<http://www.ipm.by/index.pl?topicid=c81a4b71#4>.
8. *Improving the business environment* (2003) World Bank.
9. *Index of Economic Freedom 2003* (2003) Heritage Foundation, Wall Street Journal.
10. *Agriculture and Rural Transition* (2002) EBRD Transition Report.
11. *Global Corruption Report 2003* (2003) Transparency International,  
[http://www.globalcorruptionreport.org/download/gcr2003/24\\_Data\\_and\\_research.pdf](http://www.globalcorruptionreport.org/download/gcr2003/24_Data_and_research.pdf)

## 7. ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### АНКЕТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

#### 1. Какова основная сфера деятельности Вашей фирмы:

1. Торговля и общественное питание
2. Бытовое обслуживание
3. Производство
4. Строительство
5. Транспорт и связь
6. Другое (укажите)

#### 2. Какова организационно-правовая форма Вашей фирмы:

1. Унитарное предприятие
2. Общество с ограниченной ответственностью
3. Общество с дополнительной ответственностью
4. Открытое акционерное общество
5. Закрытое акционерное общество
6. Полное товарищество
7. Коммандитное товарищество
8. Производственный кооператив

#### 3. Какова доля иностранного капитала в уставном фонде Вашего предприятия:

---

нет	До 30%	От 31% до 50%	От 51% до 75%	Более 75%	100%
-----	--------	---------------	---------------	-----------	------

---

---

#### 4. В каком году было создано Ваше предприятие? \_\_\_\_\_ году

#### 5. Сколько человек работает на Вашем предприятии

1. От 1 до 10
2. От 11 до 50
3. От 51 – до 100
4. От 101 – до 200
5. Свыше 200

#### 6. Является ли Ваше предприятие экспортером:

1. Да
2. Нет

#### 7. Является ли Ваше предприятие импортером:

1. да
2. нет

#### 8. Как изменялось финансовое положение предприятия в разные периоды времени

---

	1998	199	200	2001	2002
--	------	-----	-----	------	------

---

Улучшалось  
Ухудшалось  
Не изменялось

---

**9. Как Вы считаете, финансовое положение Вашего предприятия в 2003 г.:**

1. улучшится
2. ухудшится
3. затрудняюсь ответить

**10. Как изменился объем продаж Вашего предприятия в текущем году?**

1. Возрос
2. уменьшился
3. не изменился
4. затрудняюсь ответить

**11. Если число клиентов вашего предприятия изменилось, то чем это было вызвано (можно указать три варианта ответов)**

1. изменением в ценах
2. изменением качества товаров/услуг Вашего предприятия
3. расширением ассортимента товаров/услуг
4. наличием конкурентов
5. отсутствием конкурентов
6. изменением экономической ситуации в стране
7. изменением системы продвижения и рекламы

**12. Как, по-вашему, какая доля оборота частных предприятий проходит без отражения в документах бухгалтерского учета (теневой оборот)?**

---

Такого явления нет	До 10%	До 25%	Около 50%	75%	Более 75%
--------------------	--------	--------	-----------	-----	-----------

---

**13. Как часто, по Вашему мнению, руководители частных предприятий вынуждены давать взятки (в любой форме) представителям органов власти?**

1. Такого явления нет
2. Изредка
3. Постоянно

**14. Как Вы считаете, насколько распространено в Беларуси такое явление как откат при получении выгодных заказов:**

1. Имеет место при каждой сделке
2. Имеет место при каждой второй сделке
3. Имеет место при каждой третьей сделке
4. Имеет место при каждой пятой сделке
5. Имеет место при каждой десятой сделке
6. Такого явления нет

**15. Использовались ли заемные средства для обеспечения деятельности Вашего предприятия?**

1. Да
2. Нет

**16. Если да, то кто выступал в качестве кредитодателя (возможно более одного варианта ответа):**

1. Белорусский коммерческий банк
2. Иностраный коммерческий банк (в т.ч. РФ, Латвия, Украина и т.д.)
3. Лизинговая компания
4. Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей
5. Государство
6. Юридическое лицо
7. Физическое лицо
8. Другое \_\_\_\_\_

**17. Если Да, то с какими проблемами Вы столкнулись при получении заемных средств? (проранжируйте по пятибалльной шкале каждый из пунктов: 5 – наиболее серьезная проблема, 1 – не является проблемой).**

1. Отсутствие / недостаток залогового обеспечения	5	4	3	2	1
2. Высокая процентная ставка	5	4	3	2	1
3. Сложность в оформлении документов	5	4	3	2	1
4. Долго принимается решение о предоставлении средств	5	4	3	2	1
5. Отсутствие отсрочки по выплате процентов	5	4	3	2	1
6. Неясные (не обнародованные) критерии предоставления кредита	5	4	3	2	1
7. Коррупция	5	4	3	2	1
8. Другое	5	4	3	2	1

**18. С каким количеством конкурентов сталкивается Ваше предприятие на рынке?**

	На внутреннем рынке	На внешнем рынке
1. нет конкурентов	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 1 конкурент	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 2-3 конкурента	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 4-10 конкурентов	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Более 10 конкурентов	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**19. Какую часть прибыли (в %) Вы реинвестируете в развитие своего предприятия?**

\_\_\_\_\_

**20. С какими проблемами Вы сталкиваетесь в Вашей работе? (проранжируйте каждый пункт по пятибалльной шкале: 5 – наиболее серьезная проблема, 1 – не является проблемой. Не заполняйте строку, если Вы не знакомы с данной проблемой).**

1. Перерегистрация предприятия	5	4	3	2	1
2. Сложность с получением кредита	5	4	3	2	1
3. Сложность с приобретением валюты	5	4	3	2	1
4. Высокие ставки налогов	5	4	3	2	1
5. Частые изменения в налоговой отчетности	5	4	3	2	1
6. Слишком много различных налогов	5	4	3	2	1
7. давление со стороны местной власти	5	4	3	2	1
8. Многочисленные проверки контролирующих органов	5	4	3	2	1
9. Большое количество законодательных актов	5	4	3	2	1

10. Нестабильное законодательство	5	4	3	2	1
11. Сложность в получении лицензий	5	4	3	2	1
12. Недостаток информации о поставщиках и потенциальных покупателях	5	4	3	2	1
13. Проблемы, связанные с обеспечением производственным сырьем и материалами	5	4	3	2	1
14. Неплатежи от клиентов	5	4	3	2	1
15. Низкий покупательский спрос	5	4	3	2	1
16. Недостаток управленческих и экономических навыков у руководства	5	4	3	2	1
17. Криминализация бизнеса	5	4	3	2	1
18. Другое _____	5	4	3	2	1

**21. Решение какой проблемы даст наибольший толчок развитию Вашего бизнеса**

**22. Какие меры нужно предпринять органам власти, чтобы, по вашему мнению, ускорить развитие частного бизнеса в Беларуси (укажите три варианта ответов):**

1. снизить налоговое бремя
2. улучшить законодательство по малому предпринимательству
3. упростить регистрацию, лицензирование и другие процедуры, контролирующие вход на рынок
4. обеспечить независимый от исполнительной власти суд
5. развить систему финансовой поддержки малого предпринимательства
6. ускорить малую приватизацию
7. защитить предпринимательство от произвола со стороны контролирующих органов
8. защитить предпринимательство от произвола со стороны криминальных структур

**23. Сколько лицензий на сегодняшний день у Вас имеется? \_\_\_\_\_.** Если лицензии выдавались разными органами власти на один и тот же вид деятельности, считайте их как отдельные лицензии. Пожалуйста, не считайте разовых лицензий на право экспорта или импорта отдельных видов и партий продукции.

**24. По сравнению с прошлым, как изменились процессы и условия, связанные с получением лицензий?**

1. Усложнились
2. Остались без изменений
3. упростились

**25. Что у Вас сертифицируется?**

1. Производственная линия
2. Отдельные партии продукции
3. Ничего

**26. Сколько раз в год Вы занимаетесь процессом сертификации \_\_\_\_\_ ?**



**27. Сколько раз в прошлом году Ваше предприятие проверялось? В среднем сколько длилась каждая проверка?**

	Раз	Дней на одну проверку	Проверок было	не
Налоговая инспекция			<input type="checkbox"/>	
Пожарный надзор			<input type="checkbox"/>	
Санитарный надзор			<input type="checkbox"/>	
Милиция			<input type="checkbox"/>	
Комитет государственного контроля			<input type="checkbox"/>	
Органы государственной безопасности			<input type="checkbox"/>	
Органы прокуратуры			<input type="checkbox"/>	
Органы контроля за ценами			<input type="checkbox"/>	
Органы контроля за стандартами			<input type="checkbox"/>	
Органы экологического контроля			<input type="checkbox"/>	
Лицензионные органы			<input type="checkbox"/>	
Органы защиты прав потребителей			<input type="checkbox"/>	
Министерства, ведомства и государственные концерны			<input type="checkbox"/>	
Местные органы власти			<input type="checkbox"/>	
Другие			<input type="checkbox"/>	

**28. Как изменилось количество проверок в сравнении с прошлым годом?**

1. Увеличилось
2. Осталось без изменений
3. Уменьшилось

**29. Что вызвало у Вас самые большие трудности с налогообложением (пожалуйста, оцените по шкале, где 1 – совсем не было трудностей и 5 – огромные трудности)**

Высокие ставки налогов	1	2	3	4	5
Определение, сколько Вы должны будете оплатить налогов в будущем	1	2	3	4	5
Сложные и непонятные правила налогообложения и бух. учета (легко сделать ошибки)	1	2	3	4	5
Высокие штрафные санкции за ошибки	1	2	3	4	5
Реальное отсутствие постоянных правил	1	2	3	4	5
Полная зависимость от желаний налоговых инспекторов, отсутствие к Вам уважения как к налогоплательщику	1	2	3	4	5
Возможность безакцептного списания денег или внесудебной конфискации активов	1	2	3	4	5

**30. Какие налоги Вы считаете наиболее обременительными для развития Вашего бизнеса?**

1. Налог на прибыль
2. Налог на добавленную стоимость
3. Акцизный сбор
4. Подоходный налог
5. Налоги и отчисления на фонд оплаты труда
6. Местные налоги
7. Таможенные пошлины
8. Другое (укажите) \_\_\_\_\_

**31. Являетесь ли Вы членом предпринимательских союзов и ассоциаций?**

1. Да
2. Нет

**32. Что, на Ваш взгляд, препятствует обращению в организации, призванные осуществлять поддержку малого и среднего предпринимательства (возможно несколько вариантов ответа)**

1. Высокие цены на услуги
2. Низкое качество услуг
3. Отсутствие доверия к организациям поддержки
4. Надежда на самостоятельное решение возникших проблем
5. Другое \_\_\_\_\_

**33. Считаете ли Вы, что белорусские средства массовой информации формируют позитивное общественное мнение о предпринимательской деятельности как важной и перспективной? (отметьте необходимое зачеркиванием соответствующих квадрантов)**

Формируют скорее положительное общественное мнение	Формируют скорее негативное общественное мнение
--	---

---

Независимые СМИ  
Государственные СМИ

---

**34. Что для Вас предпочтительнее в целях обеспечения предприятия квалифицированными кадрами:**

1. профессиональное обучение моих сотрудников на различных курсах повышения квалификации
2. поиск на рынке труда высококвалифицированных специалистов и замена ими уже имеющихся сотрудников
3. поиск и привлечение кадров среди студентов и выпускников

**35. Назовите три основные характеристики, которые, на ваш взгляд, присущи руководителю частного предприятия:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**36. Назовите три основные характеристики, которые, на ваш взгляд, присущи руководителю государственного предприятия:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**37. Хотели ли бы Вы, чтобы Ваши дети занимались предпринимательской деятельностью:**

1. определенно да
2. скорее да
3. скорее нет
4. определенно нет
5. затрудняюсь ответить

**38. Считаете ли Вы необходимым для себя и подчиненных обучение на MBA программах?**

1. да
2. нет
3. не знаю, что это такое

**39. Используете ли Вы в своей каждодневной деятельности компьютер?**

1. да
2. нет

**40. Какие автоматизированные системы управления (АСУ) используются на Вашем предприятии:**

1. бухгалтерский учет
2. автоматизация документооборота
3. работа с клиентами
- 4.

**41. Пользуетесь ли Вы Интернет и электронной почтой:**

1. да
2. нет

**42. Планируете ли Вы в ближайшие два года расширение своей деятельности?**

1. да
2. нет
3. затрудняюсь ответить

**43. Если «да», то за счет каких факторов (укажите не более трех вариантов ответа):**

1. расширение ассортимента в уже имеющемся бизнесе
2. освоить новые виды деятельности
3. снижение цен
4. повышение качества и цен
5. выход на внешние рынки
6. поиск новых рынков сбыта и каналов продвижения внутри данной страны
7. повышение активности в области рекламы и продвижения продукции
8. инвестировать в технологии и оборудование
9. привлечение дополнительных финансовых ресурсов
10. изменение системы управления предприятием (реорганизация, сокращение численности и пр.)
11. повышение профессионального уровня сотрудников

**44. Каковы главные конкурентные преимущества вашего предприятия?**

1. знание рынка, умение предвидеть рыночную конъюнктуру
2. знание современных информационных технологий
3. знакомства с органами власти и влиятельными лицами
4. профессиональный трудовой коллектив
5. знание законодательства
6. способность производить конкурентоспособную продукцию
7. сильная команда
8. эффективное управление подчиненными
9. стратегия и философия компании
10. укажите свой вариант \_\_\_\_\_

**45. Доводят ли до Вас белорусские органы госуправления темпы роста объемов производства:**

1. да
2. нет
3. нам не доводились

**А теперь несколько слов о себе**

**46. Пол респондента**

- муж.
- жен.

**47. Возраст респондента**

\_\_\_\_\_ лет

**48. Образование респондента**

1. среднее
2. среднее специальное экономическое
3. среднее специальное иное
4. высшее экономическое
5. высшее юридическое
6. высшее иное
7. МВА

**49. Опыт предпринимательской деятельности респондента**

\_\_\_\_\_ лет

**50. Город**

**51. Дата заполнения анкеты «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2002 г.**

**БЛАГОДАРИМ ЗА УЧАСТИЕ В ИССЛЕДОВАНИИ  
УДАЧИ В БИЗНЕСЕ!**

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

### Распределение ответов на вопросы анкеты

#### 1. Какова основная сфера деятельности Вашей фирмы

Сфера деятельности	Количество предприятий	Удельный вес
торговля и общественное питание	117	31.0
бытовое обслуживание	36	9.5
производство	111	29.4
строительство	39	10.3
транспорт и связь	31	8.2
фармацевтика, медицина	2	.5
услуги	11	2.9
туризм	10	2.6
недвижимость, аренда помещений	3	.8
информационные услуги	3	.8
юридические услуги	3	.8
аудит, бух. учет	2	.5
реклама	3	.8
разработка программного обеспечения	4	1.1
страхование	1	.3
проектирование	2	.5
Всего	378	100.0

#### 2. Какова организационно-правовая форма Вашей фирмы

	Количество предприятий	Процент
унитарное предприятие	97	25.7
общество с ограниченной ответственностью	128	33.9
общество с дополнительной ответственностью	81	21.4
открытое акционерное общество	27	7.1
закрытое акционерное общество	37	9.8
полное товарищество	2	.5
производственный кооператив	6	1.6
Всего	378	100.0

#### 3. Какова доля иностранного капитала в уставном фонде Вашего предприятия

	Количество предприятий	Процент
нет	336	88.9
до 30%	8	2.1
от 31% до 50%	16	4.2
от 51% до 75%	6	1.6
более 75%	4	1.1
100%	8	2.1
Всего	378	100.0

**4. В каком году было создано Ваше предприятие? \_\_\_\_\_ году**

	Количество предприятий	Процент
1979	1	.3
1981	2	.5
1982	1	.3
1986	1	.3
1987	1	.3
1988	2	.5
1989	2	.5
1990	5	1.3
1991	10	2.6
1992	37	9.8
1993	26	6.9
1994	26	6.9
1995	30	7.9
1996	46	12.2
1997	41	10.8
1998	43	11.4
1999	29	7.7
2000	36	9.5
2001	21	5.6
2002	18	4.8
Total	378	100.0

**5. Сколько человек работает на Вашем предприятии**

Количество занятых на предприятии	Количество предприятий	Процент
от 1 до 10	138	36.5
от 11 до 50	146	38.6
от 50 до 100	34	9.0
от 101 до 200	18	4.8
свыше 200	42	11.1
Всего	378	100.0

**6. Является ли Ваше предприятие экспортером****7. Является ли Ваше предприятие импортером**

	Количество предприятий	Процент
Является ли Ваше предприятие экспортером		
Да	113	29.9
Нет	265	70.1
Является ли Ваше предприятие импортером		
Да	177	46.8
нет	201	53.2

**8. Как изменялось финансовое положение предприятия в разные периоды времени**

	1999		2000		2001		2002	
	Кол-во предпр.	Процент	Кол-во предпр.	Процент	Кол-во предпр.	Процент	Кол-во предпр.	Процент
улучшалось	138	36.5	118	31.2	112	29.6	111	29.4
ухудшалось	87	23.0	111	29.4	153	40.5	140	37.0
не изменялось	76	20.1	100	26.5	91	24.1	126	33.3
предприятие не существовало	77	20.4	49	13.0	22	5.8		
ИТОГО	378	100.0	378	100.0	378	100.0	378	100.0

**9. Как Вы считаете, финансовое положение Вашего предприятия в 2003 г.**

В 2003 г. финансовое состояние Вашего предприятия	Количество предпр.	Процент
улучшится	89	23.5
ухудшится	75	19.8
не изменится	60	15.9
затрудняюсь ответить	154	40.7
Всего	378	100.0

**10. Как изменился объем продаж Вашего предприятия в 2002?**

	Количество предпр.	Процент
возрос	145	38.4
уменьшился	122	32.3
не изменился	111	29.4
Всего	378	100.0

**11. Если число клиентов вашего предприятия изменилось, то чем это было вызвано (можно указать три варианта ответов)**

	Количество пред- приятий	Процент
изменением в ценах на сырье и материалы	68	18
изменением в ценах на готовую продукцию	71	18.8
изменением качества товаров/услуг	56	14.8
изменением ассортимента товаров/услуг	91	24.1
изменением количества конкурентов	64	16.9
изменением экономической ситуации в стране	123	32.5
изменением системы продвижения и рекламы	49	13
изменением квалификации персонала	57	15.1
изменением производственной мощности предприятия	47	12.4
другое	34	9

**12. Как, по-вашему, какая доля оборота частных предприятий проходит без отражения в документах бухгалтерского учета (теневой оборот)?**

Доля теневого оборота	Количество пред- приятий	Процент
такого явления нет	136	36.0
до 10%	66	17.5
до 25%	66	17.5
около 50%	72	19.0
75%	13	3.4
более 75%	13	3.4
отказ от ответа	12	3.2

**13. Как часто, по Вашему мнению, руководители частных предприятий вынуждены давать взятки (в любой форме) представителям органов власти?**

Как часто Вы вынуждены давать взятки?	Кол-во предпр.	Процент
такого явления нет	70	18.5
изредка	154	40.7
постоянно	149	39.4
отказ от ответа	5	1.3

**14. Как Вы считаете, насколько распространено в Беларуси такое явление как откат при получении выгодных заказов:**

Как часто при получении выгодного заказа имеет место «откат»	Кол-во предпр.	Процент
имеет место при каждой сделке	44	11.6
имеет место при каждой второй сделке	71	18.8
имеет место при каждой третьей сделке	54	14.3
имеет место при каждой пятой сделке	40	10.6
имеет место при каждой десятой сделке	48	12.7
такого явления нет	98	25.9
отказ от ответа	23	6.1

**15. Использовались ли заемные средства для обеспечения деятельности Вашего предприятия?**

Брали ли Вы кредиты?	Количество предприятий	Процент
да	199	52.6
нет	179	47.4

**16. Если да, то кто выступал в качестве кредитодателя (возможно более одного варианта ответа)**

	Количество предприятий	Процент
белорусский коммерческий банк	89	23.5
иностраный коммерческий банк (в т.ч. РФ, Латвия, Украина и т.д.)	13	3.4
лизинговая компания	9	2.4
белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей	6	1.6
государство	14	3.7
юридическое лицо	47	12.4
физическое лицо	86	22.8
другое	8	2.1

**17. Если да, то с какими проблемами Вы столкнулись при получении заемных средств? (проранжируйте по пятибалльной шкале каждый из пунктов: 5 – наиболее серьезная проблема, 1 – не является проблемой)**

1. Отсутствие / недостаток залогового обеспечения	3.38
2. Высокая процентная ставка	4.08
3. Сложность в оформлении документов	3.14
4. Долго принимается решение о предоставлении средств	3.03
5. Отсутствие отсрочки по выплате процентов	3.43
6. Неясные (не обнародованные) критерии предоставления кредита	2.96
7. Коррупция	2.68

**18. С каким количеством конкурентов сталкивается Ваше предприятие на рынке?**

	Количество конкурентов на внутреннем рынке		Количество конкурентов на внешнем рынке	
	Количество предприятий	Процент	Количество предприятий	Процент
нет конкурентов	13	3.4	39	21.3
1 конкурент	7	1.9	1	.5
2-3 конкурента	72	19.0	4	2.2
4-10 конкурентов	87	23.0	32	17.5
Более 10 конкурентов	198	52.4	107	58.5

**19. Какую часть прибыли (в %) Вы reinvestируете в развитие своего предприятия?**



**в среднем 38%**

**20. С какими проблемами Вы сталкиваетесь в Вашей работе?** (проранжируйте каждый пункт по пятибалльной шкале: 5 – наиболее серьезная проблема, 1 – не является проблемой. Не заполняйте строку, если Вы не знакомы с данной проблемой).

	Среднее значение
1. Перерегистрация предприятия	2.88
2. Сложность с получение кредита	3.05
3. Сложность с приобретением валюты	2.03
4. Высокие ставки налогов	4.42
5. Частые изменения в налоговой отчетности	4.44
6. Слишком много различных налогов	4.49
7. Давление со стороны местной власти	2.9
8. Многочисленные проверки контролирующих органов	3.44
9. Большое количество законодательных актов	4.24
10. Нестабильное законодательство	4.44
11. Сложность в получении лицензий	3.23
12. Недостаток информации о поставщиках и потенциальных покупателях	2.19
13. Проблемы, связанные с обеспечением производственным сырьем и материалами	2.13
14. Неплатежи от клиентов	3.4
15. Низкий покупательский спрос	3.56
16. Недостаток управленческих и экономических навыков у руководства	2.35
17. Криминализация бизнеса	2.04
18. Регулирование цен	3.25

**21. Решение какой проблемы даст наибольший толчок развитию Вашего бизнеса**

Меры по ускорению развития частного бизнеса в Беларуси	Кол-во предпр.	Процент
снизить налоговое бремя	304	80.4
улучшить законодательство по малому предпринимательству	198	52.4
упростить регистрацию, лицензирование и другие процедуры, контролирующие вход на рынок	154	40.7
обеспечить независимый от исполнительной власти суд	44	11.6
развить систему финансовой поддержки малого предпринимательства	146	38.6
ускорить малую приватизацию	48	12.7
защитить предпринимательство от произвола со стороны контролирующих органов	136	36
защитить предпринимательство от произвола со стороны криминальных структур	12	3.2
другое	13	3.4

**22. Какие меры нужно предпринять органам власти, чтобы, по вашему мнению, ускорить развитие частного бизнеса в Беларуси (укажите три варианта ответов)**

	Кол-во предпр.	Процент
снизить налоговое бремя	304	80.4
улучшить законодательство по малому предпринимательству	198	52.4
упростить регистрацию, лицензирование и другие процедуры, контролирующие вход на рынок	154	40.7
обеспечить независимый от исполнительной власти суд	44	11.6
развить систему финансовой поддержки малого предпринимательства	146	38.6
ускорить малую приватизацию	48	12.7
защитить предпринимательство от произвола со стороны контролирующих органов	136	36
защитить предпринимательство от произвола со стороны криминальных структур	12	3.2
другое	13	3.4

**23. Сколько лицензий на сегодняшний день у Вас имеется? в среднем 3.04**

**24. По сравнению с прошлым, как изменились процессы и условия, связанные с получением лицензий?**

Процессы и условия получения лицензий	Количество предприятий	Процент
усложнились	148	41.6
остались без изменений	194	54.5
упростились	14	3.9

**25. Что у Вас сертифицируется?**

	Кол-во предприятий	Процент
Производственная линия	78	20.6
Отдельные партии продукции	166	43.9
Ничего	157	41.5

**26. Сколько раз в год Вы занимаетесь процессом сертификации?**

8.4 раз в год

**27. Сколько торговых марок зарегистрировано на Вашем предприятии?**

Сколько торговых марок зарегистрировано на Ва-шем предприятии	Количество предприятий	Процент
одна	78	20.6
две	8	2.1
Три	14	3.7
Более (среднее 12.5)	24	6.3
нет, но планируем	75	19.8
нет и не планируем	179	47.4

**28. Сколько раз в прошлом году Ваше предприятие проверялось? В среднем сколько длилась каждая проверка?**

	Раз	Дней на одну проверку	Проверок не было (%)
Налоговая инспекция	2.11	8.68	27.5
Пожарный надзор	2.86	1.37	37
Санитарный надзор	3.87	1.5	56.9
Милиция	3.4	1.5	72.8
Комитет государственного контроля	1.83	7.78	77.2
Органы государственной безопасности	1.64	3.84	93.4
Органы прокуратуры	1.13	3.67	93.7
Органы контроля за ценами	1.76	2.99	75.9
Органы контроля за стандартами	1.65	2.02	75.9
Органы экологического контроля	1.89	1.71	80.7
Лицензионные органы	1.31	1.63	81
Органы защиты прав потребителей	1.86	1.24	88.9
Министерства, ведомства и государственные концерны	3.17	5.23	87.6
Местные органы власти	2.8	1.66	80.4
Другие	2.63	10.5	95.8

**29. Как изменилось количество проверок в сравнении с прошлым годом?**

Как, по сравнению с прошлым, изменилось количество проверок?	Количество предприятий	Процент
увеличилось	105	27.8
осталось без изменений	230	60.8
уменьшилось	43	11.4

**30. Какие налоги Вы считаете наиболее обременительными для развития Вашего бизнеса?**

	Количество предприятий	Процент
налог на прибыль	196	51.9
налог на добавленную стоимость	213	56.3
акцизный сбор	15	4
походный налог	70	18.5
налоги и отчисления на фонд оплаты труда	176	46.6
местные налоги	93	24.6
таможенные пошлины	79	20.9
другое (укажите)	23	6.1

**31. Оцените, пожалуйста, нижеперечисленные проблемы в области налогообложения по степени их важности для вашего бизнеса (пожалуйста, оцените по шкале, где 1 – совсем не было трудностей и 5 – огромные трудности)**

Высокие ставки налогов	4.52
Определение, сколько Вы должны будете оплатить налогов в будущем	3.32
Сложные и непонятные правила налогообложения и бух. учета (легко сделать ошибки)	3.83
Высокие штрафные санкции за ошибки	4.26
Реальное отсутствие постоянных правил	4.27
Полная зависимость от желаний налоговых инспекторов, отсутствие к Вам уважения как к налогоплательщику	3.15
Возможность безакцептного списания денег или внесудебной конфискации активов	3.33

**32. Являетесь ли Вы членом предпринимательских союзов и ассоциаций?**

Являетесь ли Вы членом предпринимательских союзов и ассоциаций?	Количество предприятий	Процент
да	61	16.1
нет	317	83.9

**33. Если нет, то почему Вы не становитесь членом предпринимательских союзов и ассоциаций? (возможно не более трех вариантов ответа)**

	Количество предприятий	Процент
высокие членские взносы	7	1.9
беспомощность союзов в решении проблем предпринимательства	120	31.7
считаю это политически невыгодным	16	4.2
нет информации о деятельности таких союзов	103	27.2
надежда на самостоятельное решение возникших проблем	88	23.3
не вижу никакого смысла	140	37
другое	7	2

**34. Какое, на Ваш взгляд, влияние оказывают белорусские средства массовой информации на формирование общественного мнения о предпринимательской деятельности?**

	Независимые СМИ		Государственные СМИ	
	Количество предприятий	Процент	Количество предприятий	Процент
Формируют скорее положительное общественное мнение	175	46.3	36	9.5
Формируют скорее негативное общественное мнение	42	11.1	220	58.2
Вообще не оказывают влияния на общественное мнение	155	41.0	118	31.2

**35. Что для Вас предпочтительнее при обеспечении предприятия квалифицированными кадрами:**

	Кол-во предпр.	Процент
профессиональное обучение сотрудников на различных курсах повышения квалификации	113	29.9
поиск на рынке труда высококвалифицированных специалистов	244	64.6
поиск и привлечение кадров среди студентов и выпускников	50	13.2

**38. Хотели ли бы Вы, чтобы Ваши дети занимались предпринимательской деятельностью?**

	Кол-во предприятий	Процент
определенно да	85	22.5
скорее да	134	35.4
скорее нет	55	14.6
определенно нет	10	2.6
затрудняюсь ответить	94	24.9

**39. Считаете ли Вы необходимым для успешной деятельности Вашей фирмы наличие сотрудников со степенью MBA?**

Считаете ли Вы необходимым для успешной деятельности Вашей фирмы наличие сотрудников со степенью MBA?	Кол-во предпр.	Процент
да	79	20.9
нет	85	22.5
не знаю, что это такое	214	56.6

**40. Считаете ли Вы необходимым для себя получение степени MBA?**

	Кол-во предприятий	Процент
да	62	16.4
нет	86	22.8
затрудняюсь ответить	230	60.8

**41. Используете ли Вы в своей повседневной деятельности компьютер?**

	Количество предприятий	Процент
да	334	88.4
нет	44	11.6
Total	378	100.0

**42. Используются ли автоматизированные системы управления (АСУ) на Вашем предприятии для:**

	Количество предприятий	Процент
Автоматизации технологического процесса	52	13.8
Автоматизации бухгалтерского учета	266	70.4
Автоматизации документооборота	150	39.7
Автоматизации работы с клиентами	120	31.7
все процессы автоматизированы	50	13.2
не используются вообще никакие АСУ	60	15.9
другое	1	0.3

**43. Пользуетесь ли Вы Интернетом и электронной почтой?**

	Количество предприятий	Процент
да	266	70.4
нет	112	29.6
Total	378	100.0

**44. Есть ли у Вашей фирмы web-страница**

Есть ли у Вашей фирмы web-страница	Количество предприятий	Процент
да	112	29.6
нет	266	70.4

**45. Планируете ли Вы в ближайшие два года расширение своей деятельности?**

Планируете ли Вы в ближайшие два года расширение своей деятельности?	Количество предприятий	Процент
да	227	60.1
нет	45	11.9
затрудняюсь ответить	106	28.0

**46. Если Вы планируете расширение своей деятельности, то за счет каких факторов (укажите не более трех вариантов ответа)?**

Если Вы планируете расширение своей деятельности, то за счет каких факторов?	Количество предприятий	Процент
Расширение ассортимента	116	30.7
Освоение новых видов деятельности	132	34.9
Снижение цен	27	7.1
Улучшение качества продукции и повышение цен	38	10.1
Выход на внешние рынки	55	14.6
Поиск новых рынков сбыта и каналов продвижения внутри страны	93	24.6
Повышение активности в области рекламы и продвижения товаров	57	15.1
Инвестирование в технологии и оборудование	31	8.2
Привлечение дополнительных финансовых ресурсов	27	7.1
Изменение системы управления предприятием	19	5
Повышение профессионального уровня сотрудников	50	13.2
Открытие новых торговых точек	1	0.3
Расширение рынков сбыта	1	0.3

**47. Что, на Ваш взгляд, препятствует развитию Вашего предприятия? (выберете 3 наиболее важных варианта ответа)**

Что, на Ваш взгляд, препятствует развитию Вашего предприятия?	Количество предприятий	Процент
общий профессиональный уровень сотрудников (недостаток знаний и умений, необходимых для успешной работы)	128	33.9
общий профессиональный уровень руководителей (недостаток знаний в области маркетинга, менеджмента, финансов, управления производством)	116	30.7
отсутствие в коллективе общих целей и ценностей	84	22.2
негибкость в изменении организационной структуры	76	20.1
отсутствие культуры качества в работе	58	15.3
излишне жесткая / излишне мягкая система контроля внутри предприятия	82	21.7
низкий уровень взаимодействия и координации между подразделениями	78	20.6
пассивность сотрудников	127	33.6
Недостаток финансовых средств	21	5.6
Несовершенное законодательство	2	0.5
Отсутствие экономической стабильности в стране	20	5.3
Конкуренция	3	0.8
Неплатежеспособность госсектора	3	0.8
Отсутствие идей	4	1.1
Сырье, рост цен на сырье	2	0.5
Внешние факторы	8	2.1
Низкий материальный уровень населения	2	0.5
Сложное документальное оформление сделок	1	0.3
Платежеспособность клиентов	2	0.5
Отсутствие рыночных отношений	1	0.3
Устаревшая техника	1	0.3
Несовершенство госаппарата в РБ	5	1.3
Таможня	1	0.3
Высокая арендная плата	1	0.3
Проблем нет	15	4

**48. Каковы главные конкурентные преимущества Вашего предприятия на сегодняшний день? (укажите 3 наиболее актуальные области)**

	Количество пред- приятий	Процент
знание рынка, умение предвидеть рыночную конъюнктуру	226	59.8
знание современных информационных технологий	69	18.3
знакомства с органами власти и влиятельными лицами	61	16.1
профессиональный трудовой коллектив	151	39.9
знание законодательства	98	25.9
способность производить конкурентоспособную продукцию	131	34.7
сильная команда руководителей	65	17.2
эффективное управление подчиненными	61	16.1
стратегия и философия компании	74	19.6
другое	21	5.6

**49. Какие задачи Вы ставите перед собой на следующий год как перед руководителем предприятия? (укажите 3 наиболее актуальные области)**

Какие задачи Вы ставите перед собой на следующий год как перед руководителем предприятия?	Количество предприятий	Процент
развивать взаимоотношения с внешними инстанциями и влиятельными лицами	69	18.3
совершенствовать маркетинговую политику предприятия (рынки сбыта, новые продукты, каналы дистрибуции, цены)	253	66.9
совершенствовать систему управления предприятием (изменять организационную структуру, систему отчетности, систему коммуникаций и т.п.)	100	26.5
совершенствовать производство	138	36.5
совершенствовать систему управления финансами и контроллинга	72	19
совершенствовать систему управления издержками	56	14.8
внедрять современные информационные технологии	82	21.7
работать над развитием активности сотрудников и руководителей среднего звена	135	35.7
искать и привлекать извне финансовые ресурсы для решения существующих на предприятии проблем	94	24.9
Укрепление связей	1	0.3
Увеличение количества клиентов	1	0.3
Вежливость	1	0.3
Закрытие производства	1	0.3
Законодательство	1	0.3
Расширение производства	1	0.3
Выживание среди конкурентов	3	0.8
Перепрофилирование производства	3	0.8

**50. Доводят ли до Вас белорусские органы госуправления темпы роста объемов производства?**

Доводят ли до Вас белорусские органы госуправления темпы роста объемов производства?	Количество пред- приятий	Процент
да	75	19.8
нет	303	80.2

**51. Существует ли на Вашем предприятии система управленческого учета?**

Существует ли на Вашем предприятии система управленческого учета?	Количество предприятий	Процент
да	112	29.6
нет	171	45.2
нет, но мы собираемся внедрить	42	11.1
не знаю, что это такое	53	14.0

**52. Проводило ли Ваше предприятие маркетинговые исследования?**

Проводило ли Ваше предприятие маркетинговые исследования?	Количество предприятий	Процент
да	197	52.1
нет	144	38.1
нет, но собираемся	37	9.8

**53. При проведении маркетинговых исследований Вы:**

При проведении маркетинговых исследований Вы:	Кол-во предпр.	Процент
проводите опрос своих клиентов	141	37.3
проводите анализ статистической информации	107	28.3
заказываете исследования консалтинговой фирме	7	1.9

**54. Пол**

Пол	Количество предприятий	Процент
мужской	235	62.2
женский	143	37.8

**55. Возраст \_\_\_\_\_ лет**

Средний возраст руководителя частного предприятия – 38 лет

**56. Образование**

	Количество предприятий	Процент
среднее	8	2.1
среднее специальное экономическое	12	3.2
среднее специальное иное	39	10.3
незаконченное высшее	28	7.4
высшее экономическое	101	26.7
высшее юридическое	17	4.5
высшее иное	188	49.7
МВА	3	0.8

**57. Опыт Вашей предпринимательской деятельности \_\_\_\_\_ лет**

Средний опыт предпринимательской деятельности составляет 7.8 лет

**58. Регион:**

	Количество предприятий	Процент
Минск	189	50.0
Минская область	7	1.9
Брестская область	34	9.0
Гродненская область	38	10.1
Витебская область	35	9.3
Гомельская область	39	10.3
Могилевская область	36	9.5