

Е.М. Жирнов

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Создание инфраструктуры является одним из наиболее важных направлений поддержки малого и среднего бизнеса со стороны органов власти на региональном и местных уровнях. Разрабатываемые ими программы поддержки малого предпринимательства включают в себя мероприятия по созданию сети организаций, оказывающих малым предприятиям, как правило, на льготных условиях широкий спектр услуг и помощь в различных направлениях: информационном, консультационном, обучении и повышении квалификации, технологическом, финансовом, имущественном и т.д. При этом мероприятия программ составляются порой без должного обоснования того, какие именно элементы и в каком количестве требуются в регионе для поддержания малого предпринимательства. Отсутствие каких-либо нормативов по созданию инфраструктуры и ограниченность финансирования таких программ делают особенно актуальными исследования по изучению спроса предпринимателей на основные виды услуг и помощи. Результаты таких исследований дают возможность сконцентрировать усилия и средства на решение наиболее острых проблем, стоящих перед предпринимателями региона. Они позволяют разработать оптимальный вариант инфраструктуры в соответствии с местными потребностями и с учетом комплексности оказываемых услуг.

Вологодский научно-координационный центр Российской академии наук (ВНКЦ РАН) в рамках мониторинга состояния и развития малого и среднего предпринимательства (МСП) в Вологодской области в марте - апреле 1996 года провел первичное изучение потребностей предпринимателей области в услугах и видах помощи.

В опросе приняло участие 170 руководителей предприятий малого и среднего бизнеса (товариществ, обществ, кооперативов, совместных предприятий) с числом работающих на них до 200 человек, а также отдельные предприниматели, ведущие свою деятельность без образования юридического лица. Анкетирование проводилось в городах Вологде, Череповце и ряде райцентров области (городах Никольске, Грязовце, Бабаеве, пос. Вожега, селе Тарногский Городок). В выборке опроса представлены разнообразные типы предприятий малого и среднего бизнеса, и она в основном соответствует базовым характеристикам всей совокупности малых предприятий, функционирующих на территории области.

Основные результаты опроса о потребностях предпринимателей в услугах отражены в таблице 1.

Таблица 1

Определение предпринимателями
необходимых видов услуг для ведения бизнеса
(отмечалось до 4-х видов помощи, в %% к числу опрошенных)

| Перечень видов помощи, услуг | Всего по области | |
|--|------------------------------------|------------------------------------|
| | %% отме- тивших дан- ный вид | %% поста- вивших "4" и "5" * |
| 1. Получение дополнительных возможностей для финансирования деятельности | 50.9 | 36.8 |
| 2. Получение информации о рынках сбыта | 42.3 | 36.2 |
| 3. Получение информации о надежных партнерах | 43.0 | 35.6 |
| 4. Повышение квалификации, получение необходимых деловых знаний | 23.9 | 14.1 |
| 5. Проведение маркетинговых исследований | 22.0 | 17.7 |
| 6. Консультирование по российскому и зарубежному законодательству | 21.8 | 12.2 |
| 7. Рекламно-издательские услуги | 19.3 | 9.6 |
| 8. Получение информации о новых деловых проектах | 18.2 | 9.1 |
| 9. Консультирование по совершенствованию управления и организации труда | 12.8 | 5.5 |
| 10. Проведение независимой экспертизы товаров | 11.0 | 12.2 |

Окончание таблицы

| Перечень видов помощи, услуг | Всего по области | |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| | %% отме- тивших дан- ный вид | %% поста- вивших "4" и "5" * |
| 11. Консультирование по валютным и финансовым вопросам | 11.0 | 4.8 |
| 12. Содействие участию в выставках, ярмарках | 10.4 | 7.4 |
| 13. Содействие в заключении контрактов с иностранными партнерами | 9.8 | 4.9 |
| 14. Обеспечение телекоммуникационными услугами и другими видами связи | 9.8 | 4.2 |
| 15. Другое | 1.2 | - |
| 16. В услугах потребности нет | 14.3 | - |
| 17. Затрудняюсь ответить | 7.6 | - |

* В последнем столбце показаны результаты ранжирования респондентами видов помощи, услуг: указано количество респондентов (в %% от общего числа), поставивших по степени значимости для своего бизнеса этому виду высшие баллы "4" и "5".

Как показывает анализ данных мониторингового исследования ВНКЦ, между оценками приоритетности стоящих перед МСП проблем и степенью важности отдельных видов услуг прослеживается тесная взаимосвязь.

Так, основной проблемой для большинства малых предприятий является нехватка финансовых ресурсов. Поэтому больше половины респондентов отметили в качестве необходимого вида помощи возможность получения дополнительных финансовых средств, а 36,8 % оценили эту услугу как наиболее важную для них.

Что касается проблемы сбыта продукции (оказание услуг), то актуальность ее однозначно коррелирует с потребностью в информации о рынках сбыта. В то же время, по мнению 43% респондентов, актуальной является информация и о надежности деловых партнеров.

Значительно меньшее число участников опроса указало на потребность в обучении и консультировании по различным вопросам хозяйственно - правовой деятельности малых предприятий.

Это свидетельствует, что руководители фирм и предприниматели - "индивидуалы" осознают необходимость и полезность остальных услуг, но острой проблемой потребность в этих видах помощи в настоящее время еще не является.

Характерно, что спрос почти на все виды услуг выше у руководителей предприятий с численностью работающих на них свыше 15-20 человек. Вместе с тем руководители малочисленных предприятий (со среднесписочной численностью работающих до 15 человек) и предприниматели - "индивидуалы" испытывают несколько большую потребность в консультациях и рекламных услугах, чем респонденты первой группы.

Парадоксально, но чем больше у опрашиваемых опыт предпринимательской деятельности, тем шире и разнообразнее у них потребность в услугах.

Различаются оценки предпринимателей и в зависимости от географии нахождения их предприятий или ведения бизнеса.

Так, при оценке затруднений для введения бизнеса респонденты Вологды и Череповца чаще отмечали отсутствие фонда свободных площадей для размещения производств и офисов, зато в райцентрах - значительно выше потребность в разъяснительной и консультационной работе, повышении квалификации и овладении необходимыми знаниями. Обращает на себя внимание более высокий уровень обеспечения потребности в услугах у череповецких предпринимателей. Они почти в два раза реже, чем остальные респонденты, отмечали представленные виды услуг в качестве необходимых.

Особенное значение имеет информированность предпринимателей о том, куда и в каких случаях можно обратиться за помощью, в какие сроки и на каких условиях можно получить необходимую поддержку или услугу. К сожалению, результаты опроса свидетельствуют, что большинство респондентов не обладает необходимой информацией об организациях, предоставляющих услуги предпринимателям (табл. 2).

Как видим, особенно низкая информированность о наличии объектов инфраструктуры, их местонахождении, перечне предоставляемых ими услуг и условий их получения наблюдается у респондентов райцентров.

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос:

“Владеете ли Вы необходимой информацией об организациях,
предоставляющих услуги предпринимателям ?”
(в %% к числу опрошенных)

| Варианты ответов | Место опроса | | | В целом по области |
|------------------------------------|--------------|-----------|--------|-----------------------|
| | Вологда | Череповец | районы | |
| Да, в достаточной степени | 17.4 | 32.9 | 15.1 | 23.1 |
| Испытываю недостаток информации | 50.0 | 27.1 | 35.8 | 36.1 |
| Таких сведений нет | 15.2 | 7.1 | 35.8 | 18.3 |
| Потребности в такой информации нет | 2.2 | 28.6 | 7.5 | 14.8 |
| Затрудняюсь ответить | 15.2 | 4.3 | 5.7 | 7.7 |

Следует отметить, что данное исследование затронуло только один аспект создания зарождающейся в области инфраструктуры для малого и среднего бизнеса. В настоящее время в регионе еще не сформирован единый концептуальный подход к созданию и развитию сети объектов инфраструктуры малых предприятий и обеспечения комплексного характера его деятельности. Наряду с изучением спроса в услугах и видах помощи требуется, на наш взгляд, проанализировать деятельность уже существующих организаций, предлагающих или могущих предложить свои услуги предпринимателям. Необходимо оценить качество этих услуг, трудности и доступность в их получении, территориальную насыщенность и проанализировать другие значимые вопросы диагностического характера. Несомненно, что общая оценка состояния и развития инфраструктуры, эффективность ее деятельности должна входить составной частью в региональный мониторинг малого и среднего предпринимательства, обеспечивать обоснованность разработки программ поддержки МСП в области.

ИНФОРМАЦИЯ: РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Методический комментарий

Вологодский научно - координационный центр на территории области регулярно проводит опросы общественного мнения. При их проведении обеспечиваются следующие условия:

- выборка целенаправленная, квотная;
- репрезентативность выборки обеспечена соблюдением следующих условий:
 - пропорций между городским и сельским населением;
 - пропорций между жителями населенных пунктов различных типов;
 - половозрастной структуры взрослого населения области.

Метод опроса - анкетирование по месту жительства респондентов.

Объем выборки 1200-1500 человек.

В первой части раздела приведена динамика опросов ВНКЦ РАН за 1995-1996 годы. Все проценты рассчитаны от общего числа респондентов. Если сумма ответов на вопрос менее 100 процентов, то остальные респонденты не ответили на вопрос. Если сумма превышает 100 процентов, то на данный вопрос можно было дать несколько вариантов ответов.