

**Л.М. СИНИЦА,
В.И. ГРИБ**

СОЗДАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Проблемы развития предпринимательства в разных сферах деятельности и в разных регионах при наличии общих проблем весьма различны. Поэтому для повышения эффективности государственной поддержки предпринимательской деятельности предпочтителен региональный подход к ее оказанию. Иными словами, необходим *перенос центра тяжести государственной поддержки малого бизнеса с республиканского на местный уровень управления.*

Для мероприятий по поддержке малого бизнеса в первую очередь должны представлять интерес те предприниматели, которые сумели преодолеть основные трудности процесса становления, и те, которые решили попробовать себя на этом пути. То есть усилия властей следует направить преимущественно на улучшение перспектив развития существующих предприятий, тех, которые уже накопили предпринимательский опыт и собственный капитал, и особенно тех, кто еще слабо ориентируется в самостоятельном выборе.

В целом же властям при разработке мер по оказанию поддержки предпринимательства следовало бы делать акцент не на финансовую подпитку, а на устранение ущемления интересов и разрешение проблем негосударственных предприятий с помощью нефискальных мер. Таким образом, можно не только способствовать развитию малого предпринимательства, но и повысить готовность зарубежных инвесторов вкладывать свои средства, а также привлечь иностранных спонсоров и международных организации к оказанию нашим предпринимателям финансовой помощи. Кроме того, среди отдельных мероприятий по содействию предпринимательству не следует забывать и о том, что реформирование крупных предприятий все еще является важным стратегическим резервом для развития отечественного малого бизнеса.

На сегодняшний день льготное кредитование малого бизнеса осуществляется за счет средств местных бюджетов и региональных отделений Фонда содействия занятости. Такая постановка вопроса вполне логична, поскольку на местах всегда проще решить, какой из проектов нужнее для региона.

Однако размер средств, которые должны быть выделены из местных бюджетов на кредитование проектов малого предпринимательства, определяется Ми-

Любовь Макаровна СИНИЦА, кандидат экономических наук, профессор кафедры организации и управления БГЭУ;

Валерий Иванович ГРИБ, начальник отдела Минского городского комитета предпринимательства и инвестиций.

нистерствами финансов и предпринимательства и инвестиций. Использование этих средств контролируется региональными комитетами предпринимательства, а конкретные проекты отбираются в конечном итоге соответствующими исполкомами. Это закономерно в условиях, когда дефицит местных бюджетов покрывается за счет республиканского бюджета и составляет в среднем 30 %. Поэтому расходы по поддержке предпринимательства варьируются от 0,2 % (Витебская, Брестская, Гомельская области) до 0,3 % (Могилевская область, г. Минск) от общей величины расходной части бюджета. Здесь центр по сути превращает свои дотации в субвенции. Нелогичным же представляется то, что местные органы власти не заинтересованы в поддержке малого предпринимательства. Это, например, четко видно из показателей бюджета г. Минска на 1998 г. Если в 1997 г. расходы на финансирование мероприятий по поддержке субъектов малого предпринимательства составляли 1,1 % от объема государственных капвложений, осуществляемых силами местного исполкома, то в 1998 г. доля этих расходов уменьшилась до 0,7 %.

Для решения проблем развития предпринимательства на местном уровне необходимо целенаправленное создание *инфраструктуры поддержки предпринимательства*, формирующейся в виде специальных, как правило, негосударственных организаций, осуществляющих весь комплекс услуг по созданию предприятий (или открытию своего дела) и оказанию им разнообразной помощи. Эти организации можно разделить на 3 группы: центры поддержки предпринимательства, фонды развития предпринимательства и бизнес-инкубаторы.

Существующая законодательная база Республики Беларусь декларирует необходимость формирования подобной инфраструктуры в качестве одного из основополагающих методов государственного стимулирования и регулирования деятельности субъектов предпринимательства. Структурообразующими элементами законодательство выделяет центры поддержки предпринимательства, инкубаторы малого предпринимательства, инновационные центры и торгово-промышленные палаты.

Центры поддержки предпринимательства (ЦПП) представляют собой организации, оказывающие услуги предпринимателям, как правило, тренингового и консалтингового характера в целях повышения эффективности их деятельности. Центры обеспечивают информационное обслуживание предпринимателей, местных органов власти и населения по проблемам предпринимательской деятельности, самозанятости населения, поддерживают инициативы по созданию и развитию малых предприятий, сотрудничают с местными властями по трудоустройству безработных, осуществляют и организуют консультации для предпринимателей по различным проблемам производства, маркетинга, управления и т.п.

Указанные цели ЦПП реализуют в виде информационной, консультационной и учебной деятельности. Учебная деятельность основывается на организации различных курсов и семинаров по теории и практике предпринимательства. Консультационная деятельность ЦПП направлена на работу с клиентами по разрешению конкретных проблем. Информационная деятельность основана на организации доступа для клиентов ЦПП к необходимой для них информации по созданию и управлению фирмами.

Как показывает зарубежный опыт, ЦПП обычно учреждается одной или несколькими *неправительственными неприбыльными* организациями. При этом учредители должны иметь договоры о сотрудничестве с местными властями.

В соответствии с Государственной программой поддержки предпринимательства, принятой еще в 1992 г., в течение 1994—1996 гг. в республике было зарегистрировано 24 ЦПП, 8 из которых — в г. Минске (табл. V). Вышедшее недавно постановление Совета Министров Республики Беларусь № 1111 от 25 августа 1998 г. "О центрах поддержки предпринимательства в Республике Беларусь" углубило и уточнило ряд нормативных положений в отношении ЦПП. В частности, постановлением предусматриваются льготы по арендным и коммунальным платежам и получению офисного оборудования. К сожалению, практические последствия указанных норм еще только ожидаются, а поименованные выше расходы занимают львиную долю в структуре затрат ЦПП.

Таблица 1. Центры поддержки предпринимательства в г. Минске

Наименование	Направление деятельности	Выручка за 1997 г., млн р.
ЗАО "Центр XXI век"	Подготовка и переподготовка руководителей и специалистов для МСП, организация семинаров, конференций, переговоров	8123,7
ЗАО "Белпред"	Юридический и информационный консалтинг	607,6
ООО "Мифор"	Финансирование и кредитование инновационной деятельности, информационный и маркетинговый консалтинг	490,0
ООО "Содействие инвестициям"	Бизнес-планирование, информационное обеспечение консалтинговой сети, консультации по приватизации, ведению бизнеса	940,0
Ассоциация делового сотрудничества "Гарант"	Учебно-консультационные, таможенные и туристические услуги	180,0
ООО "Влесна"	Подготовка и переподготовка специалистов, обучение молодежи иностранным языкам, методическая помощь УПК	1817,0
Ассоциация "Белмедпроимпекс"	Поддержка малых и средних предприятий	—
ЗАО "Академия парламентаризма и предпринимательства"	Подготовка и переподготовка специалистов	950,0

Что касается информационных услуг и центров поддержки предпринимательства, то это направление их деятельности следует признать критическим. *Ни один из минских ЦПП не имеет выхода в Интернет*, в то время как в Санкт-Петербурге, например, только на одном сервере <http://smesupport.leontief.ru> выход в Интернет имеет 29 структур, связанных с поддержкой малого бизнеса (см. прил.). Минские ЦПП вынуждены пытаться своими силами и на свои деньги создавать примитивные информационные системы. Однако недостаток финансовых средств и оборудования не позволяет достичь впечатляющих результатов. Даже наиболее "продвинутой" в этом направлении ЦПП "Мифор" создает за счет собственных средств информационную систему, которая хотя и называется "Теле-Интернет", но с мировой компьютерной сетью не связана.

Возможно, при серьезных дополнительных инвестициях указанная система могла бы оказаться полезной для беднейших предпринимательских структур. В то же время *в г. Минске в Интернет имеет выход более 160 предпринимательских структур и предпринимателей без образования юридического лица*, которые могут получить информацию о развитии предпринимательства во всех крупных городах России, в других странах СНГ и дальнего зарубежья, но не о его развитии в г. Минске.

В связи с этим считаем целесообразным создать в г. Минске достаточно мощный Центр поддержки предпринимательства, который смог бы выполнять следующие функции.

Информационное обеспечение:

- информирование о деятельности властей г. Минска по поддержке предпринимательства;
- интеграция информационных ресурсов структур поддержки предпринимательства и создание единого информационного пространства на базе сети "Интернет";
- создание и ведение справочных баз данных по юридическим вопросам, экономической и финансовой деятельности, бухгалтерскому учету, налогообложению, защите от экономического мошенничества и т.д.;
- предоставление предпринимателям доступа к информационно-справочным базам, находящимся в сети "Интернет";
- информационное и маркетинговое обследование различных сегментов товарного рынка.

Аналитическое обеспечение:

- изучение потребностей г. Минска в развитии отдельных видов предпринимательской деятельности;
- исследование влияния предпринимательской деятельности на занятость населения г. Минска;

- разработка рекомендаций по активизации предпринимательской деятельности в целях насыщения рынка товаров и услуг г. Минска;
- оценка влияния предпринимательской деятельности на повышение уровня жизни населения г. Минска;
- разработка мер рыночного протекционизма в г. Минске для стимулирования развития предпринимательской деятельности и увеличения налоговых поступлений;
- исследование рынка коммерческой недвижимости;
- анализ потребностей малых предприятий в инновациях, содействие в выборе оптимальных технических и технологических решений и т.д.

Оптимальный рынок для одного Центра поддержки предпринимательства — территория городского района. Это позволит иметь хорошие отношения с местными властями и тесно сотрудничать с ними. Практика показывает, что учредителями (соучредителями) ЦПП могут успешно выступать местные исполнительные органы, предприятия и организации различных форм собственности. В этой связи большое значение имеет региональное размещение ЦПП. Действующие в г. Минске ЦПП создавались инициативно, без учета региональных потребностей. Поэтому администрациям районов наряду с общегородским Центром поддержки предпринимательства целесообразно рассмотреть вопрос создания в каждом районе *базовых ЦПП*, объединенных в единую сеть под методическим руководством Минского городского территориального комитета предпринимательства и инвестиций. Развитие ЦПП позволит администрациям не только реально поддержать малое предпринимательство, но и разгрузить свой аппарат от огромной работы по подготовке регистрационных документов и консультированию предпринимателей.

Следует, однако, подчеркнуть, что не администрация должна создавать ЦПП, а инициативная группа, включающая активистов предпринимательского движения, представителей общественных объединений, специалистов предприятий и организаций. При этом совсем не обязательно иметь централизованное финансирование, а вклад администрации может быть в виде предоставления на льготных условиях помещений и оборудования.

Фонды развития предпринимательства. Фонды развития предпринимательства (ФРП) должны дополнять Центры поддержки предпринимательства, предоставляя предпринимателям возможность получения кредитов, которые в большинстве случаев являются мелкими заемщиками, в связи с чем им обычно недоступны банковские кредиты. Для начала своей деятельности фонды, как правило, получают некоторую сумму кредитных ресурсов от центральных властей, региональных администраций либо от международных организаций. В частности, в Польше при создании ряда ФРП были использованы средства, выделенные Министерством труда и социальной политики, а также ссуда, предоставленная Всемирным банком. Для финансирования текущих расходов и увеличения ссудного капитала выделяются средства местных администраций.

Практика деятельности фондов развития предпринимательства показала, что при правильной постановке дела кредиты почти полностью возвращаются, а получившие их начинающие фирмы продолжают успешно функционировать.

Обычно ФРП создаются как неправительственные неприбыльные организации, являющиеся юридическими лицами и имеющими в уставах запись о ведении ссудно-кредитной деятельности.

В нашей стране в 1992 г. для решения проблем финансово-кредитного обеспечения малого и среднего бизнеса был создан Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей (БФФПП). Будучи государственно-общественной организацией БФФПП финансировался как за счет поступлений из госбюджета, так и за счет средств различных зарубежных и международных организаций (ТАСИС, IFS, Transform и др.).

Причем поступления из госбюджета составляли в разные годы от 30 до 65 % доходной части бюджета БФФПП. С 1992 по 1997 гг. включительно через фонд на поддержку малого и среднего бизнеса из республиканского бюджета было выделено 11,5 млрд р. (около 1,8 млн дол.), что составляет 0,02 % доходов последнего за этот период. Выделяемые из бюджета средства вместе с другими привлеченными источниками позволили оказать кредитную поддержку 235 предприятиям на общую сумму 14 млрд р.

Общая масса кредитов в размере 162 тыс. дол. обеспечила прирост объемов производства в стоимостном выражении на 476 тыс. дол. Диапазон роста объема производства на предприятиях колебался от 50 до 750 %. Было создано 290 новых рабочих мест. Стоимость создания одного рабочего места с помощью кредитов БФФПП составила для государства 630 дол. В то же время, по оценкам Минэкономики, на создание одного современного рабочего места в среднем по стране затрачивается 50 тыс. дол. (табл. 2).

Таблица 2. Экономические показатели малых предприятий (МП), получивших кредит БФФПП (сводка по 12-ти предприятиям)

Показатель	Год		
	1994	1995	1996
Кредит, всего, млн р./тыс. дол.	310/162	—	—
Объем производства продукции, млн р./тыс. дол.	9174,5/	25 105/	4390/
Рост объема продукции в сопоставимых ценах, %	100	119	126
Диапазон роста объема продукции по предприятиям, %	100	50-670	60-750
Численность работающих, чел.	520	775	810
Выплаченные налоги, млн р./тыс. дол.	998,5/	3211,9/	5890,1/
Сопоставимый рост налоговых выплат, %	100	140,2	155,8
Стоимость рабочего места для государства, дол.	630	—	—
Возврат кредитов ВФФПП , %	—	30Д)	45,0

Была обеспечена возвратность кредитов БФФПП. Государству в 1996 г. было возвращено через дополнительные налоговые выплаты 111 тыс. дол. Кредиты же, выданные БФФПП на срок от 1 года до 5 лет, возвращены в общем на 45 % (согласно плану погашения). Относительно высокая эффективность объясняется не только строгим отбором проектов, но и тем, что в отличие от инвестиций в государственный сектор, вложения в частный бизнес способствуют привлечению внешнего финансирования, а также стимулируют собственные вложения в основной капитал. При этом совокупные капитальные вложения, как показывает анализ реализованных проектов, оказываются в 4 раза выше, чем выделенные на эти цели из бюджета.

В то же время деятельность БФФПП нельзя назвать ширококомиссионной, поскольку в общем объеме инвестиций доля средств, прошедших через БФФПП, весьма незначительна. Так, в 1994 г. она составила всего 0,04 %, в 1995 г. — 0,02, в 1996 г. — 0,01 %. Прослеживается явная тенденция к свертыванию финансовой поддержки, представляемой через этот фонд, а с 1997 г. его деятельность была практически приостановлена.

Необходимо заметить, что необязательно создавать общереспубликанскую систему финансовой поддержки предпринимателей. Вполне достаточно выделить первоначальные ссудные средства местным органам власти, под контролем которых можно сформировать на инициативных началах региональные негосударственные ФРП. Как временный и срочный вариант было бы целесообразно в рамках БФФПП учредить комиссию по ссудам для предпринимателей г. Минска, которая бы рассматривала предложения, получившие положительное заключение городского комитета предпринимательства и инвестиций.

Бизнес-инкубаторы. В стартовый период своей деятельности предпринимательские структуры недостаточно устойчивы и весьма уязвимы. Это связано с тем, что они, во-первых, крайне чувствительны к изменениям экономической среды функционирования (рыночная конъюнктура, темпы инфляции, курс валюты и т.п.). Поэтому, например, любое падение спроса на выпускаемую ими продукцию чревато банкротством. Срыв даже одной сделки часто приводит к краху МП. Практика показывает, что в течение первого года распадается до 80—90 % вновь созданных фирм.

Во-вторых, люди, которые приходят в малый бизнес, обычно не имеют специальной подготовки и, как следствие, достаточной компетенции в области управления предприятием, опыта взаимодействия с контрагентами, конкурентами, государственными органами, что может привести к принятию неправильных решений с соответствующими последствиями. В-третьих, они испытывают существенный

недостаток финансирования и, как правило, не имеют первоначального капитала. В-четвертых, все существующие элементы инфраструктуры бизнеса предпочитают иметь дело с устойчивыми субъектами хозяйствования, чтобы снизить вероятность финансовых потерь.

Одной из возможных форм поддержки малых предприятий, особенно начинающих свою деятельность, являются бизнес-инкубаторы (БИ). Зарубежный опыт показывает, что устойчивость МП, начало деятельности которых проходило в БИ, примерно в 3 — 4 раза выше, чем у тех, которые развивались самостоятельно. В начальный период деятельности бизнес-инкубаторы существуют, как правило, на средства и при содействии местных органов власти, промышленных корпораций, учебных заведений, различных спонсоров. В дальнейшем БИ в большей степени действуют за счет арендной платы клиентов, иногда на долевые отчисления от прибыли вышедших из БИ и успешно работающих бывших клиентов.

Практика свидетельствует, что в правовых и экономических условиях, существующих в настоящее время в Беларуси, БИ зачастую перспективнее создавать именно как государственное предприятие. Поэтому успешные БИ, как правило, создаются в рамках целевых национальных и региональных программ при серьезной стартовой поддержке. И только через 2 — 3 года они начинают покрывать свои текущие издержки за счет арендной платы клиентов и оказания им платных услуг.

Практика организации бизнес-инкубаторов в России и других странах показывает, что они чаще всего создаются:

- местными органами власти и общественными организациями, не преследующими коммерческих целей, для развития предпринимательства в регионе;

- при содействии службы занятости для решения проблем безработицы путем активной поддержки МП, создающих новые рабочие места;

- государственными органами и общественными организациями для поддержки определенных групп населения, плохо адаптирующихся к рынку (женщины, молодежь, национальные меньшинства и др.);

- научными и учебными учреждениями для решения инновационных проблем путем поддержки МП, которые развивают новые технологии и продукты.

Создаваемый в г. Минске первый бизнес-инкубатор финансируется в основном за счет средств ПРООН при активной поддержке структур Мингорисполкома. Учитывая, что БИ для Минска — дело новое, отметим, что весьма важна изначальная нацеленность инициаторов создания БИ на достижение им через некоторое время полной самоокупаемости, на работу в условиях реальных законов бизнеса. Как показывает практика, надежды на постоянную "подпитку" из внешних источников часто приводят бизнес-инкубаторы к финансовому краху.

Некоторые бизнес-инкубаторы дифференцируют цены на свои услуги в зависимости от продолжительности пребывания в них клиентов, увеличивая их для "долгожителей", что побуждает последних высвободить место для новичков. Существуют и другие пути увеличения доходов БИ: увеличение спектра и объема услуг сторонним организациям (обучение безработных, проведение семинаров, конференций, выставок, консалтинг); участие в капитале МП — клиентов; создание при бизнес-инкубаторах паевых инвестиционных и венчурных фондов; поиск дополнительных инвесторов и спонсоров; оптимизация использования имеющихся ресурсов; постоянное совершенствование расценок за услуги, совершенствование структуры БИ.

Потенциальными спонсорами для будущих бизнес-инкубаторов могут выступать органы власти, отечественные и зарубежные коммерческие организации и предприятия, различные общественные объединения, фонды и зарубежные некоммерческие организации. В качестве союзников и партнеров можно рассматривать административные, общественные, промышленные, финансовые, образовательные, научные, информационные, консалтинговые и другие сообщества. Свой вклад в создаваемый бизнес-инкубатор учредители могут вносить в разнообразной форме, прежде всего денежной. Однако это может быть и материальный вклад в виде передачи здания (или его части) организации, создающей БИ (обычно в бесплатное пользование или аренду сроком не менее 10 лет). Это может быть и бесплатная передача БИ техники, инструмента и оборудования.

Таким образом, в отношении государственной поддержки предпринимательской деятельности в области создания региональной инфраструктуры можно сделать следующие основные выводы.

1. Для повышения эффективности государственной поддержки малого и среднего предпринимательства предпочтителен региональный подход к ее оказанию. Иными словами, необходим перенос центра тяжести государственной поддержки малого бизнеса с республиканского на местный уровень управления. При этом в деле практической организации государственной поддержки предпринимательства главный интерес должны представлять те предприниматели, которые сумели преодолеть основные трудности процесса становления. Усилия властей следует направить преимущественно на улучшение перспектив развития существующих предприятий, т.е. тех, которые уже накопили предпринимательский опыт и собственный капитал.

2. Эффективность поддержки развития предпринимательской деятельности в г. Минске пока невелика. Финансовых ресурсов на эти цели выделяется недостаточно, за счет этих средств в основном финансируются проекты, важные для города, но не для развития предпринимательского движения в целом. Наиболее значительным проектом, направленным на развитие всего предпринимательского движения в г. Минске, является участие в создании бизнес-инкубатора (основное финансирование осуществляет ПРОООН).

3. При разработке мер по оказанию поддержки предпринимательской деятельности в г. Минске необходимо делать акцент не на финансы, а на устранение ущемления интересов частных инвесторов и разрешение проблем предпринимателей с помощью нефискальных мер. Это будет способствовать повышению заинтересованности зарубежных инвесторов вкладывать свои средства, а также привлечению иностранных спонсоров и международных организаций к оказанию нашим предпринимателям финансовой помощи.

4. В центр внимания городских и районных властей желательно поставить непосредственно создание системы услуг для вновь создающихся предпринимательских структур. В наших условиях наиболее подходит для этих целей стимулирование создания и развития Центров поддержки предпринимательства и бизнес-инкубаторов. При этом необходимо коренным образом улучшить информационное обслуживание как предпринимателей, так и местных органов власти на основе обеспечения возможностей их выхода в сеть "Интернет".

Приложение

Структуры по поддержке предпринимательской деятельности в Санкт-Петербурге, представленные на сервере <http://smesupport.leontief.ru>

1. Комиссия по экономической реформе Законодательного собрания.
2. МЦСЭИ "Леонтьевский центр".
3. Комитет по внешним связям.
4. Центр поддержки предпринимательства.
5. Комитет экономики и промышленной политики.
6. Центр инвестиционных программ.
7. Санкт-Петербургский фонд развития бизнеса.
8. Центр маркетинга и менеджмента "Прогресс".
9. Санкт-Петербургский фонд поддержки промышленности.
10. ВСС по Северо-Западу.
11. Фонд долевого участия в малых предприятиях.
12. Центр гражданских инициатив.
13. Фонд развития науки, техники и франчайзинга.
14. Бизнес-центр МИПК "Перспектива".
15. Северо-западный региональный фонд поддержки малого предпринимательства.
16. Междисциплинарный центр дополнительного профессионального образования Санкт-Петербургского университета.
17. Санкт-Петербургский союз предпринимателей ИМИСП (Санкт-Петербургский международный институт менеджмента).
18. Газета "Предприниматель Санкт-Петербурга".
19. АО "Трансфер".
20. ПК "Предприниматель".
21. Межрегиональный маркетинговый центр.
22. Выставки мира.
23. Центр исследования рыночной среды.
24. Институт культурных программ.
25. Ресурсный учебный центр "ORT- Санкт-Петербург".
26. Компания "Центр".
27. Некоммерческое партнерство.
28. Центр бизнес-планирования и управления.