

Оценка перспектив дальнейшего роста продаж руководителями компаний является достаточно оптимистичной. 50 % опрошенных ожидают в ближайшие 3 года средний рост продаж на 1–15 % в год, 40 % опрошенных предполагают, что рост составит 16–40 % в год, и только 6 % считают, что их продажи будут расти быстрее, чем на 40 % в год.

Малые и средние компании в Татарстане в основном считают себя конкурентоспособными в своих сегментах бизнеса и уверены в устойчивости своего финансового состояния, которое существенно улучшилось за последний год.

Лишь по мнению 11 % опрошенных, в их отраслях «конкуренция слабая или вообще отсутствует». Более половины опрошенных компаний (58 %) оценивают конкурентную ситуацию в их отраслях как «несколько сильных конкурентов»; еще у 26 % опрошенных есть «многочисленные конкуренты». Большинство конкурентов – это местные компании. Из опрошенных предпринимателей 56 % определяют конкурентов как «российские компании, расположенные в Татарстане», 35 % конкурируют с «российскими компаниями из других регионов», и только у 8 % опрошенных конкурентами являются «зарубежные компании-импортеры, не имеющие производства в России». В среднем интенсивность конкуренции в своих сегментах оценивается респондентами как достаточно высокая.

Руководители компаний уверены, что смогут справиться с более масштабными задачами – при необходимости они, например, рассчитывают на возможность стать поставщиками для зарубежных автопроизводителей.

Этому, вероятно, может воспрепятствовать *высокий износ оборудования на предприятиях*: более половины оборудования в опрошенных компаниях имеет достаточно высокую степень износа, в том числе: 29 % оборудования имеет срок службы от 5 до 10 лет, 21 % оборудования служит от 10 до 20 лет, 7 % оборудования – более 20 лет. Однако число компаний с более современным оборудованием также велико: доля оборудования сроком службы от 3 до 5 лет составляет 17 %, сроком службы от 1 до 3 лет – 24 %, и 2 % оборудования является совершенно новым. Очевидно, что старое и новое оборудование распределено неравномерно между опрошенными компаниями. Здесь приоритет также за «группой лидеров».

Доля затрат на научные исследования в общих расходах компаний не столь велика. 40 % опрошенных компаний вообще не расходуют средств на НИОКР. Выделяется также упомянутая «группа лидеров»: 23 % компаний расходуют на НИОКР от 3 до 5 % от общего объема расходов, 9 % – от 5 до 10 %, 2 % опрошенных расходуют более 20 % бюджета. Остальные компании тратят на НИОКР незначительные суммы: 12 % компаний от 1 % до 3 % расходов, 14 % компаний – менее 1 % от общих расходов.

Анализируя состояние компаний с точки зрения их сертификации по различным международным стандартам, например, ISO, можно выявить ту же самую «группу лидеров»: 24 % компаний полностью сертифицировались, по 5 % сертифицировали отдельные техпроцессы, или отдельные производственные площадки, 66 % опрошенных не имеют международной сертификации совсем.

Приоритеты по направлениям сотрудничества распределились так: 43 % компаний осуществляют совместное продвижение продукции и услуг на российском рынке, столько же сотрудничают с кем-либо в области повышения квалификации персонала; 39 % компаний сотрудничают с внешними партнерами в области разработки новой продукции и услуг, 34 % – в сфере повышения качества и снижения стоимости существующей продукции или услуг. Лишь 16 % компаний предпринимают какие-либо инициативы по совместной организации закупок, и всего 9 % – по совместному продвижению продукции и услуг на зарубежных рынках.

Такое распределение в целом соответствует приоритетам самих компаний. Только для незначительной части компаний расширение рынка за пределами России является приоритетным. Основными стратегическими направлениями являются повышение качества продукции, снижение издержек, запуск новых продуктов и услуг.

Основными партнерами исследованных фирм являются другие малые и средние компании, и результатами взаимодействия с ними фирмы скорее удовлетворены. Впрочем, лишь малая часть полностью удовлетворена результатами сотрудничества. Фирмы также поддерживают активные связи с крупными компаниями и вузами – такого рода сотрудничеством компании удовлетворены больше. Связь с научно-исследовательскими учреждениями значительно слабее, да и удовлетворенность взаимодействием меньше. Связи со средними специальными учебными заведениями (ССУЗами) компании практически не поддерживают. (Рис. 34)

С крупными компаниями регулярно сотрудничают 14 % компаний, с МСБ – 16 %. 71 % фирм этим сотрудничеством абсолютно удовлетворены. Оценки сотрудничества с малыми и средними фирмами скромнее: полностью удовлетворенными себя называют лишь 38 % компаний.

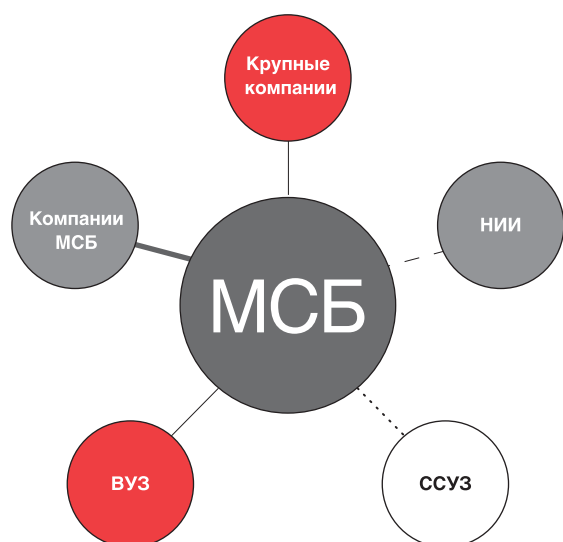
В области продвижения продукции на зарубежных рынках сотрудничество практически отсутствует.

В сфере повышения квалификации основными партнерами опрошенных компаний являются вузы (с ними сотрудничают 25 % компаний, из них 14 % – регулярно) и другие МСП (18 % и 11 % соответственно). Недовольных сотрудничеством с другими компаниями нет: 75% опрошенных абсолютно удовлетворены сотрудничеством с другими малыми и средними



ИНТЕНСИВНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Интенсивность сотрудничества с партнерами...



Примечание. Основные обозначения – см. Рис. 21

...приоритетные направления сотрудничества

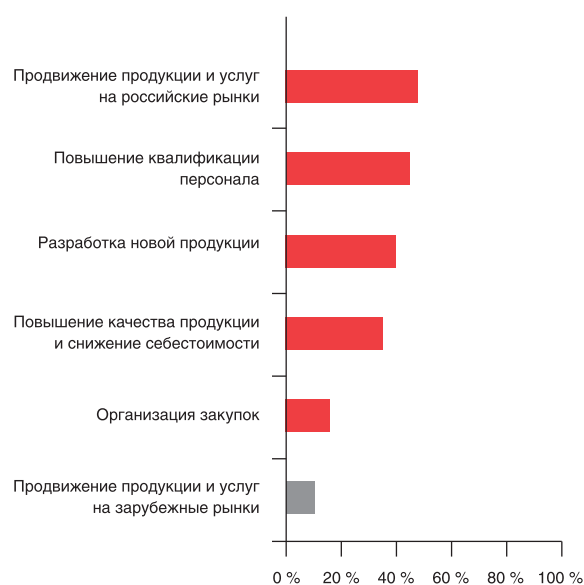


Рис. 34

компаниями в сфере повышения квалификации персонала. Отношениями с вузами в этой сфере недовольны 27 % опрошенных.

Разработку новой продукции МСБ в татарстанской автомобильной промышленности осуществляет в партнерстве с другими малыми фирмами и НИИ. Общая интенсивность связей в этой области с НИИ чуть выше (23 % против 18 % с МСБ), однако регулярное сотрудничество малых и средних компаний между собой осуществляется более часто (14 % против 11 %).

Аналогичная картина сотрудничества складывается по направлению повышения качества / снижения себестоимости продукции и услуг: регулярные связи поддерживаются в основном с другими малыми и средними компаниями (11 %) и НИИ (7 %); удовлетворенность взаимодействием с НИИ находится на среднем уровне (абсолютно удовлетворены 33 %), а с МСБ – на очень высоком (63 %). Примечательно, что МСБ являются основными партнерами и по интенсивности общих контактов – как регулярных, так и нерегулярных (18 % с МСБ против 14 % с НИИ). (Рис. 35)

Наконец, в области совместной организации закупок компании сотрудничают почти исключительно между собой (16 % опрошенных), и этим сотрудничеством удовлетворены все.

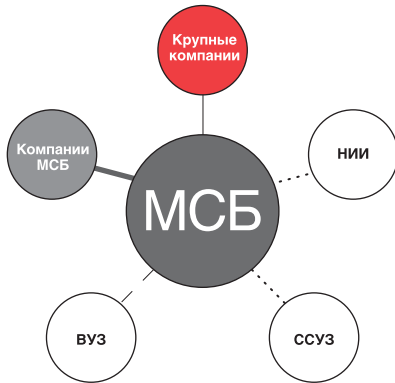
В целом на основе данных этого анализа можно сделать вывод, что технологическая активность НИИ в Татарстане относительно невысока – компании предпочитают сотрудничать между собой, и такое сотрудничество их устраивает больше. Вполне вероятно, что наиболее способные сотрудники НИИ уже стали владельцами собственных компаний, поэтому основной технологический ресурс в данное время сосредоточен в руках поставщиков. То же самое можно сказать и о вузах, и о головной компании (см. ниже), многие бывшие опытные работники которой со временем превратились в ее поставщиков.

Несмотря на это, в автомобильном кластере в Татарстане пока что *слабо развиты «сетевые» структуры бизнеса*. В отраслевые ассоциации входят лишь 8 % опрошенных компаний, участие компаний в деятельности ассоциаций носит эпизодический характер. Но вместе с тем существующие ассоциации скорее полезны для бизнеса. Вероятно, это можно объяснить отсутствием опыта организации такого рода ассоциаций в регионе, культурой самих компаний или отсутствием лидеров, готовых принять на себя роль руководителей ассоциации (как это происходит в парке «КИП-Мастер»).

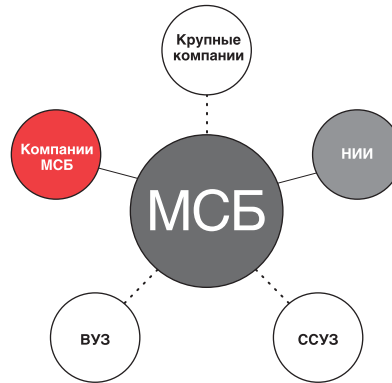
Взаимоотношения МП с «головной компанией» кластера являются достаточно сложными. Далекое не

ИНТЕНСИВНОСТЬ СОТРУДНИЧЕСТВА ПО ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ

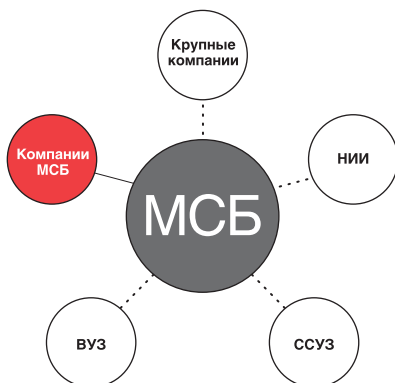
Продвижение продукции на российские рынки



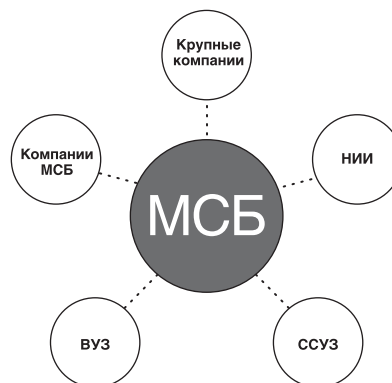
Разработка новой продукции



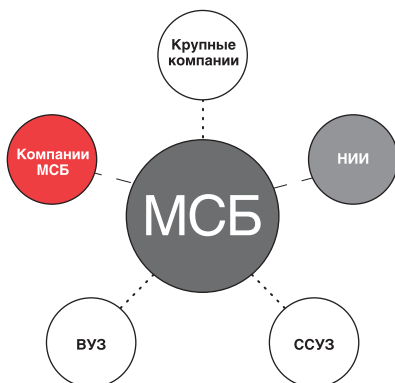
Организация закупок



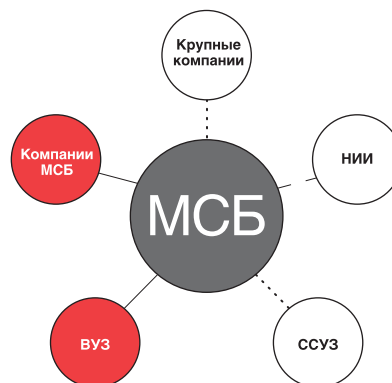
Продвижение продукции на зарубежные рынки



Повышение качества продукции и снижение себестоимости



Повышение квалификации персонала





все малые предприятия активно сотрудничают с ОАО «КАМАЗ», хотя большинство так или иначе от него зависит. Производство на МП не так сильно специализировано в соответствии с потребностями ОАО «КАМАЗ». Однако в настоящее время в среднем 43 % продукции опрошенных компаний поставляется для главного конвейера ОАО «КАМАЗ», еще 6 % – в качестве «официальных» запасных частей для этого предприятия. Еще 10 % продукции поставляется в качестве запасных частей на вторичный рынок, имеется в виду так называемый «серый» рынок. Для других российских автопроизводителей поставляется 29 % произведенной продукции, для зарубежных – 11 %. Очевидно, что малые предприятия Татарстана – производители автокомпонентов – достаточно сильно «привязаны» к ОАО «КАМАЗ» и зависят от его рыночных успехов, однако имеют достаточно высокую устойчивость для того, чтобы выжить в случае серьезных проблем в «головной компании».

Возможные перспективы поставки своей продукции руководители предприятий оценивают следующим образом: 29 % считают, что она может поставляться только для ОАО «КАМАЗ», 32 % допускают, что могут быть поставщиками для различных российских производителей, 12% называют свою продукцию пригодной для поставки зарубежным автопроизводителям, 27 % считают, что их продукция достаточно универсальна и может поставляться для производства различных транспортных средств разным производителям.

По мнению опрошенных, ОАО «КАМАЗ» достаточно четко выполняет обязательства по гарантированной закупке продукции у своих поставщиков, хотя с оплатой поставленной продукции имеются некоторые проблемы, не носящие, однако, критического характера. К другим более или менее приемлемым сторонам сотрудничества с ОАО «КАМАЗ» относятся высокий уровень сохранности сведений, составляющих коммерческую тайну МП, достаточно полное и своевременное информирование предприятий-поставщиков о своих краткосрочных потребностях (на ближайшие 1–3 месяца) в тех или иных видах продукции. Также ОАО «КАМАЗ» информирует своих поставщиков и о среднесрочных прогнозируемых потребностях в продукции, хотя менее полно и своевременно, чем о краткосрочных.

В результате, сотрудничество с ОАО «КАМАЗ» оказывает позитивное (хотя и незначительное) влияние на рост качества продукции предприятий-поставщиков автокомпонентов.

Однако ОАО «КАМАЗ» явно недостаточно использует потенциал сотрудничества со своими поставщиками. В первую очередь, КАМАЗ совершенно не привлекает поставщиков к разработке и проектированию новых моделей, хотя их знания

и опыт могли бы быть полезны, особенно в том, что касается проектирования отдельных узлов и систем. ОАО «КАМАЗ» также не реализует никаких совместных с поставщиками программ по снижению себестоимости комплектующих, хотя это способствовало бы и снижению конечной стоимости продукции самого ОАО «КАМАЗ», и улучшению финансового состояния поставщиков, и обновлению их производственной базы.

Но ОАО «КАМАЗ» не использовало такие распространенные в международной практике формы сотрудничества между «головным» предприятием и системой поставщиков, как прямая техническая поддержка, т.е. содействие в исправлении или доработке продукции, предоставление технической документации и т.п.; содействие в сертификации производства, содействие в повышении квалификации персонала. В результате, по мнению опрошенных руководителей предприятий, взаимодействие с ОАО «КАМАЗ» не способствовало обновлению продуктового ряда поставщиков автокомпонентов и созданию новых продуктов.

Данные виды поддержки – своеобразный резерв повышения эффективности взаимодействия ОАО «КАМАЗ» и его поставщиков, и есть основания надеяться на то, что этот резерв будет использован – за последние 3 года политика ОАО «КАМАЗ» по отношению к компаниям-поставщикам несколько изменилась к лучшему.

Географическое расположение региона оценивается руководителями компаний как очень благоприятное для их бизнеса.

Общая стоимость ведения бизнеса в регионе оценивается как средняя по сравнению с другими регионами – не дороже, чем в других регионах, но и не дешевле.

Предприятия испытывают не так много проблем с *доступом к рынку* конечной продукции, рынкам сырья, материалов и комплектующих. Как сырье и материалы, так и комплектующие предприниматели закупают в основном в своем же регионе или в других российских регионах, что же касается оборудования, то здесь доля импорта достаточно велика. Опрошенные предприниматели закупают в среднем 38 % сырья и материалов и 41 % комплектующих в Татарстане, 51 % и 49 % соответственно – в других российских регионах, 10 % сырья и материалов и 7 % комплектующих закупают в дальнем зарубежье и по 1 % и 2 % соответственно – в странах Восточной Европы и Азии. Лишь 26 % машин и оборудования закупается в Татарстане (и скорее всего здесь имеются в виду автомобили), 47 % закупается в других российских регионах, 25 % – в дальнем зарубежье и 2 % – в странах Восточной Европы и Азии.

Ситуация с поставками сырья и материалов, комплектующих, машин и оборудования с точки зрения

доступности и качества поставок для всех предприятий является достаточно благоприятной. Компании легко находят поставщиков сырья и материалов, поставщиков комплектующих, машин и оборудования, бизнес-услуг. Качество этих поставок также достаточно высоко для всех категорий.

В области *человеческих ресурсов* барьеры для развития компаний гораздо выше: трудности связаны с подбором персонала. Сложно подобрать как квалифицированных рабочих, так и инженеров. Необходимые самим предпринимателям специализированные образовательные программы по развитию бизнеса, например, по таким темам, как подготовка бизнес-плана, маркетинг и продвижение, вполне доступны, и качество этих программ устраивает респондентов.

Доступность финансовых ресурсов зависит в первую очередь от федеральной кредитно-денежной политики, региональные власти здесь могут лишь создавать дополнительные льготы для местных предприятий или для отдельных категорий предприятий (по отраслям, размеру и т.п.), например, субсидирование процентной ставки и т.п. В итоге, предприниматели Татарстана считают, что привлечение финансов на короткий срок для них является достаточно доступным, на средний срок деньги привлечь уже сложнее, а на длительный срок вообще затруднительно. Однако региональные власти в Татарстане нашли выход из положения: активно развиваются местные лизинговые программы. В результате, по мнению МСП, приобретение оборудования в лизинг является вполне доступным. (Рис. 36)

Состоянием инфраструктуры в Татарстане бизнес удовлетворен лучше, чем предприниматели в других регионах. Одной из самых сильных сторон бизнес-климата в Татарстане является *высокая доступность земли и специализированной недвижимости*. Наилучшая ситуация складывается с офисными помещениями: по мнению опрошенных руководителей МП, найти офисные помещения в случае расширения очень легко. Несколько сложнее ситуация с подходящими земельными участками для расширения, однако они также являются легкодоступными для бизнеса. Не составляет труда найти готовые производственные и складские помещения, нет проблем и с выставочными площадками.

Во всех обследованных российских регионах *телекоммуникационная инфраструктура* является наиболее развитым видом инфраструктуры и создает меньше всего проблем для бизнеса. В Татарстане бизнес считает телекоммуникационную инфраструктуру совершенно соответствующей своим потребностям.

Транспортная инфраструктура практически полностью удовлетворяет потребностям опрошенных предприятий, точно также удовлетворяет потребностям бизнеса и *логистическая инфраструктура*. Существенно хуже ситуация с *железнодорожной*

инфраструктурой, а точнее – со стоимостью услуг РЖД. Тем не менее, в целом эта стоимость является приемлемой для бизнеса.

Свойственных многим другим регионам проблем с электроснабжением для МСП в Татарстане нет или почти нет – *качество электроснабжения* соответствует потребностям бизнеса.

Компании в целом используют современные технологии и новое производственное оборудование. *Технологический уровень* поставщиков оборудования достаточно высок, технологический уровень поставщиков комплектующих ниже, но в пределах нормы. Вместе с тем, некоторые компании испытывают сложности с приобретением нового оборудования – при внедрении новой технологии производства найти его возможно, но это не так легко.

Несколько более существенны для бизнеса *административные барьеры*. Наибольшую сложность представляет взаимодействие с налоговыми органами. Напротив, таможенные процедуры не создают заметных препятствий для предпринимательской деятельности, что объясняется ее спецификой: она практически полностью ориентирована на внутренний рынок, и предприятия сталкиваются с таможенными процедурами только при закупке оборудования и отдельных комплектующих. (Рис. 36а)

Государственное отраслевое регулирование не создает серьезных проблем, но и не дает особых результатов, при этом федеральная политика в этой сфере является менее эффективной, чем региональная. Аналогичная ситуация складывается и с программами поддержки и развития МСП: в подобных федеральных программах принимают участие далеко не все компании (7 %), при этом эффективность данных программ оценивается довольно низко. Региональные же программы развития предпринимательства вовлекают большее число участников (в них участвуют 13 % опрошенных), и эффективность их оценивается достаточно высоко.

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

Политика поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Татарстан реализуется достаточно масштабно.

Основным ведомством, которое ответственно за развитие МСБ в республике, является Агентство по развитию предпринимательства Республики Татарстан (АПРП), созданное в 2002 г. За развитие предпринимательства в инновационной сфере отвечает инновационно-производственный технопарк «Идея», созданный в 2004 г. Технопарк «Идея» играет двойную роль: с одной стороны, обладая развитой инфраструктурой и значительным количеством коммерческой недвижимости (30 000 м² помещений на



ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МСБ В АВТОМОБИЛЬНОМ КЛАСТЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН



Рис. 36



Рис. 36а

2 га земли в центре Казани), он работает как классический технопарк. С другой стороны, он является республиканским центром коммерциализации наукоемких разработок, ключевой структурой, отвечающей за реализацию Программы инновационного развития Республики Татарстан. В частности, технопарк «Идея» создает аналогичные или схожие подразделения и в других городах республики, например, уже упоминавшийся Камский индустриальный парк «Мастер», созданный совместно с ОАО «КАМАЗ», а также ООО «Инновационно-производственный Технопарк «Идея-Юго-Восток» в г. Лениногорске (совместно с ОАО «Татнефть»).

Таким образом, в республике действует единая логичная система поддержки малого предпринимательства – технопарк «Идея» был создан и действует при поддержке и общей координации АПРП, а технопарки и промпарки в регионах работают под руководством технопарка «Идея». В свою очередь, предприятия-резиденты этих парков получают поддержку либо по линии «Идеи», либо по линии АПРП, либо в совмещенном варианте. Важное место в системе поддержки малого предпринимательства занимают также Инвестиционно-венчурный фонд Республики Татарстан и Лизинговая компания малого бизнеса Республики Татарстан, реализующие программы непосредственной поддержки МСБ.

Необходимо особо отметить, что действия всех участников системы достаточно согласованы и скоординированы, хотя, как и в других российских регионах, каналы продвижения инструментов поддержки до конкретного малого предпринимателя работают недостаточно эффективно: далеко не все малые и средние предприниматели знают о наличии таких программ поддержки и тем более не все пользуются возможностями, предоставляемыми республикой для МСБ.

Тем не менее, эффективность продвижения поддержки в Татарстане существенно выше, чем в других регионах – по нашим оценкам, она составляет примерно 30–40 %, тогда как в других регионах – не более 10 %.

3.5. КЛАСТЕР ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Социально-экономическое положение региона

По показателю душевого ВРП Томская область является наиболее благополучным из всех рассматриваемых регионов, существенно опережая даже Архангельскую область. В 2004 г. этот показатель составил 141,5 тыс. руб. на одного жителя, что позволило региону занять 6-е место среди всех российских регионов по данному показателю. В 2003 г. регион занимал по душевому ВРП 8-е место в России с показателем в 99,4 тыс. руб. на одного жителя. (Рис. 37)

Структура экономики Томской области достаточно специфична: значительную долю объема промышленного производства, и соответственно ВРП, создают несколько крупных предприятий – прежде всего дочерние структуры ОАО «ГАЗПРОМ» и ОАО «Томскнефть», бывшая дочерняя компания ОАО «ЮКОС» (ныне дочерняя компания ОАО «Роснефть»), а также такие предприятия, как ФГУП «Сибирский химический комбинат», входящее в структуру «СИБУР», ООО «Томскнефтехим», ООО «Сибирская метанольная химическая компания».

С другой стороны, практически вся остальная экономика региона представлена малыми и средними предприятиями. (Рис. 38)

Малый бизнес региона. Понимая важность МСБ для развития Томской области, администрация региона проводит максимально активную политику развития предпринимательства, смысл которой может быть определен следующим образом: «использовать сегодняшние доходы от нефти и газа для диверсификации экономики через развитие малого и среднего бизнеса преимущественно в высокотехнологичных отраслях».

Эта политика дает результаты: Томская область в 2007 г. третий раз подряд побеждает во Всероссийском конкурсе «Лучший регион (субъект) РФ по развитию малого и среднего предпринимательства», организованном Торгово-промышленной палатой РФ, Министерством экономического развития и торговли РФ, Советом Федерации РФ и Российским союзом промышленников и предпринимателей. Основными критериями для победы в конкурсе являются: численность малых предприятий на 1 тыс. населения, число работающих в малом бизнесе, инвестиционная



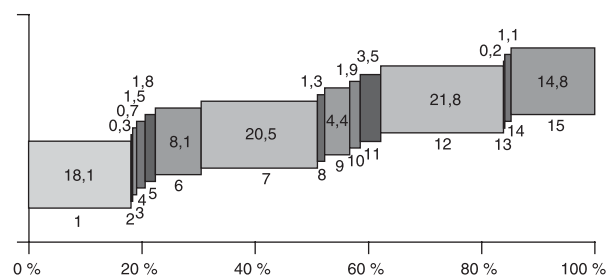
ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Географическое положение Томской области...



Территория	314,4 тыс. км ²
От Томска до Москвы	3 500 км
Население	1 034,1 тыс. человек
ВРП на душу населения	141 тыс. руб.
Отгружено, обр. производства	46 645 млн руб.
Вклад МП в экономику	12,7 % занятости; 9,1 % инвестиций

...и структура продукции обрабатывающих производств за 2005 г.



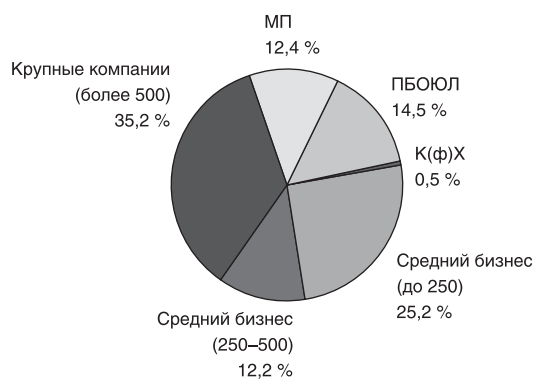
- 1 – производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака
- 2 – текстильное и швейное производство
- 3 – производство кожи, изделий из кожи и производство обуви
- 4 – обработка древесины и производство изделий из дерева
- 5 – целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность
- 6 – производство кокса и нефтепродуктов
- 7 – химическое производство
- 8 – производство резиновых и пластмассовых изделий
- 9 – производство прочих неметаллических минеральных продуктов
- 10 – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий
- 11 – производство машин и оборудования
- 12 – производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования
- 13 – производство транспортных средств и оборудования
- 14 – прочие производства
- 15 – производство прочих материалов и веществ, не включенных в другие группы

Данные: Росстат (2007)

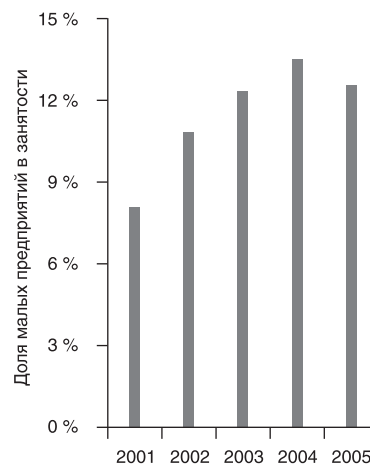
Рис. 37

ВКЛАД МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМ В ЗАНЯТОСТЬ В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Структура занятости по размерным группам компаний (2003 г.)...



...и динамика доли занятых на малых предприятиях



Данные: РЦМП (2004), Росстат (2007)

Рис. 38

активность малых предприятий. В первом квартале 2006 г. Томская область заняла 1-е место в России по приросту числа МП на 100 тыс. населения по сравнению с первым кварталом 2005 г. (с апреля 2005 г. по март 2006 г. в Томской области было создано более 220 МП на 100 тыс. жителей). Доля занятых на малых предприятиях области в общей среднесписочной численности занятых увеличилась до 20 %. Такая положительная динамика дает свои результаты для области – за рассматриваемый период поступления от единого налога, взимаемого с МСБ по упрощенной системе налогообложения, выросли на 50 %.

Состояние и структура кластера

Среди всех отраслевых секторов экономики Томской области малый и средний бизнес наиболее развит и конкурентоспособен в секторе ИКТ (информационные и коммуникационные технологии).

Основным источником развития сектора ИКТ в Томской области является Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР). Практически все опрошенные в Томске компании были основаны выпускниками ТУСУР. Руководители наиболее крупных и уважаемых компаний в секторе ИКТ входят в попечительский совет этого вуза, имеют в нем свои лаборатории, исследовательские центры и т.п.

Вообще система профессионального образования выступает главной движущей силой для развития сектора ИКТ в Томске, благодаря наличию достаточно успешно функционирующей системы высшего образования, каждый год выпускающей на рынок труда несколько тысяч новых специалистов, имеющих приемлемый уровень подготовки.

Важную роль в этой системе, помимо ТУСУР, играют Томский политехнический университет (ТПУ), ориентированный на крупные промышленные предприятия и сохраняющий значительный потенциал советского высшего технического образования, и Томский государственный университет, специализирующийся на проведении фундаментальных исследований в рамках федеральных научных программ, хотя в последние годы его руководство также проводит активную политику по развитию инновационных предприятий и т.п.

Наличие трех таких разных образовательных центров позволяет региону, с одной стороны, сохранять условия для подготовки высококачественных инженеров, исследователей и управленцев по традиционным программам, а с другой – ставить эксперименты по подготовке специалистов нового типа, ориентированных на предпринимательство и инновации.

Определенную роль в системе высшего профессионального образования в Томске играет и бывший медицинский факультет ТГУ – Сибирский государственный медицинский университет. Наличие

медицинского университета и большого количества медицинских научных институтов и клиник влияет на направленность многих предприятий в ИКТ-кластере Томской области.

Специфика Томской области (когда ядром инноваций являются прежде всего вузы) позволяет достаточно успешно конкурировать с регионами, которые имеют значительно больший научный потенциал, сконцентрированный, впрочем, в академической науке. Проблемой всех академических институтов и бывших советских высокотехнологичных предприятий (как правило, оборонных) является старение кадров и отсутствие притока «свежей крови». В вузах такой проблемы не существует. Если же вуз еще проводит и активную исследовательскую политику, то в ней неизбежно участвуют студенты и аспиранты, которые впоследствии пойдут работать на крупные промышленные предприятия (уже с опытом прикладной научной работы) или попытаются организовать собственный инновационный бизнес, что нередко и происходит в Томске. Таким образом, власти Томской области могут рассчитывать на значительный прирост инновационного бизнеса в регионе.

Важно отметить, что Томск – крупный межрегиональный центр высшего образования в Западной Сибири. Томские университеты являются «избыточными» по отношению к потребностям региона. На 1 млн жителей региона приходится почти 100 тыс. студентов, из которых примерно половина, 50 тыс. чел., приезжают из других регионов – Омской, Кемеровской и других областей, а также из Казахстана.

Однако развитие инновационного кластера в Томской области было бы маловероятным, если бы в регионе отсутствовали «лидеры кластера» – успешно конкурирующие на российских и международных рынках компании, производящие высокотехнологичную продукцию. В частности, «ЭлеСи», компания, занимающаяся производством автоматических систем управления (включая разработку аппаратного и программного обеспечения) для нефтяной промышленности; «Микран», компания, выпускающая телекоммуникационное оборудование, в том числе, линии радиорелейной связи; «Элекард», компания, занимающаяся производством программного обеспечения для повышения качества цифрового изображения и звука; «ЭлектроПульс», компания, производящая медицинское оборудование для диагностики и лечения аритмии сердца; «СИАМ», компания, занимающаяся производством электронных приборов для нефтедобычи и многие другие. В большинстве своем это компании среднего размера, с численностью от нескольких сотен до тысячи человек.

«Лидеров» в кластере ИКТ объединяет готовность брать на себя ответственность за развитие «внешней» инфраструктуры и всего кластера в целом и вкладывать средства компаний в научные



исследования и опытно-конструкторские разработки, в научные лаборатории университетов и подготовку специалистов не только для себя, но и для «старт-апов». Каждая из этих компаний имеет в областных университетах по несколько лабораторий и исследовательских групп, которые решают задачи для компании и готовят потенциальных инновационных предпринимателей.

Среди прочих компаний есть несколько достаточно крупных системных интеграторов, работающих не только в Томской области, но и за ее пределами. Здесь работают компании, продающие компьютерное и телекоммуникационное оборудование или оказывающие сопутствующие услуги, в том числе и за пределами региона. Есть и некоторое количество малых «софтверных» компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения, в том числе и «офшорным программированием».

При этом практически все предприятия, входящие в ядро кластера, возникли в период стартовых «рыночных реформ» в СССР / России с 1989 по 1993 г. За прошедшее с тех пор время в области не возникло пока больше ни одной компании, сопоставимой с лидирующими.

Тем не менее, за последние два года, как это отмечалось ранее, в Томской области наблюдался значительный рост числа МП. Возможно, меры, которые предпринимает областная администрация для поддержки малого предпринимательства, прежде всего на старте, дают свои результаты, и через несколько лет в кластере ИКТ в Томской области появятся новые лидеры, активно конкурирующие с другими компаниями на российском и международных рынках.

Если говорить о структуре ИКТ-кластера в Томской области, необходимо отметить, что в регионе достаточно развит «корень» кластера, а также элементы, характеризующие региональный бизнес-климат, – образовательная инфраструктура, сетевые организации и поддержка региональной власти. Слабой стороной «корневого бизнеса» является *значительная обособленность предприятий друг от друга и отсутствие производственных взаимосвязей*. Предприятия Томского ИКТ-кластера практически не конкурируют между собой, но и не имеют причин для сотрудничества, общих маркетинговых проблем, общих поставок и т.п.

Для ИКТ-кластера поставки сырья и материалов практически не имеют значения. Что касается комплектующих, то они импортируются, в основном из Азиатско-Тихоокеанского региона. Машины и оборудование для кластера в Томской области не производятся, но для отрасли ИКТ этот элемент не имеет большого значения. Более существенной проблемой является *отсутствие качественных административных услуг для корневого бизнеса кластера* – маркетинговых, специализированных юридических, специализированных финансовых и т.п.

ИКТ-кластер в Томской области имеет *специфичную структуру потребителей*. Самую большую долю среди потребителей занимают компании нефтегазового сектора («Томскнефть» и региональные структуры «Газпрома») – для 50–60 % компаний-респондентов.

Примечательно, что вторую по важности группу потребителей составляют организации сектора здравоохранения – это примерно 20 % опрошенных компаний, т.е. в Томске имеется достаточно значительный сегмент производства электронного медицинского оборудования.

Среди прочих потребителей выделяются иностранные компании-производители программного и аппаратного обеспечения, для которых томские предприятия выполняют работы в основном по принципу аутсорсинга. Проблемой является то, что *большинство потребителей находятся за пределами Томской области*, в основном в Москве или за рубежом. Для уже состоявшихся компаний не составляет сложности поддерживать отношения с существующими клиентами и приобретать новых клиентов, открывая филиалы и представительства. Но для новых компаний сбыт производимых продуктов и услуг в Томске является крайне затруднительным из-за отсутствия крупных промышленных заказчиков.

В целом можно отметить, что ИКТ-кластер является еще недостаточно развитым (возможно, в силу недолгой истории своего существования), но вполне сбалансированным и органичным. Недостающие или слабо развитые элементы будут постепенно достраиваться при условии роста «корневого бизнеса» в кластере.

Основные проблемы

Человеческие ресурсы и профессиональные навыки. На первый взгляд, наличие этой проблемы удивляет, с учетом отмеченных выше сильных сторон системы высшего профессионального образования в Томской области. Однако проблема заключается в том, что уровень развития предприятий ИКТ-кластера в Томске, уровень задач, которые им приходится решать и уровень конкурентной борьбы в их рыночных секторах таков, что к профессиональным навыкам и знаниям выпускников предъявляются новые требования, которым они не всегда соответствуют. Кроме того, уровень доходов и качество жизни в Томске, хотя и достаточно высоки по сравнению со многими другими российскими городами, всё-таки несопоставимы с теми возможностями, которые открываются перед квалифицированными специалистами ИКТ-сектора в Москве, Санкт-Петербурге или за рубежом. Одной из важных проблем при привлечении и удержании квалифицированных специалистов, особенно молодых, является проблема недоступности жилой недвижимости. Выпускники вузов, имея

информацию об условиях работы специалистов в других городах, часто предъявляют завышенные требования к оплате труда и прочим условиям работы. Проблемой является также и найм квалифицированных рабочих – система начального и среднего профобразования в Томской области развита не так хорошо, как система высшего образования. (Рис. 39)

Однако самой большой проблемой в сфере человеческих ресурсов является нехватка квалифицированных менеджеров, прежде всего среднего уровня, понимающих специфику ИКТ-компаний. За прошедшие годы все лидирующие компании кластера непрерывно росли в плане занятости, увеличиваясь иногда на 50–100 чел. в год. При таких темпах у компаний возникает существенная потребность в менеджерах. Однако вузы Томска пока не готовят специалистов требуемой квалификации, бизнес-школ в городе нет, и в силу небольшого размера местного рынка труда «переманивать» специалистов из других компаний просто невозможно – они и сами испытывают острую нужду в управленцах.

Инфраструктура. Небольшими размерами местного рынка объясняется и проблема отсутствия качественных бизнес-услуг для компаний ИКТ-сектора в Томске. По словам руководителей компаний, в городе невозможно заказать качественное маркетинговое

исследование, рекламную кампанию, разработку бренда, логотипа, не всегда можно получить юридические консультации по специфическим вопросам и т.п. Специалисты высокого качества в этих сферах в городе просто не задерживаются – объем рынка слишком мал для того, чтобы обеспечивать высокий уровень оплаты труда. Проблемы с землей и недвижимостью в Томске далеко не так остры, как во многих других российских регионах. Сказывается наличие большого количества предприятий оборонного комплекса и НИИ, которые фактически или даже юридически прекратили свою деятельность, а их недвижимость стала неким подобием «офисных центров» или «производственных парков». Сказывается также и специфика отрасли, не требующей значительных помещений для предприятия. Тем не менее, найти современное производственное помещение, отвечающее требованиям ИКТ-отрасли, в Томске достаточно сложно, впрочем, как и сравнительно удачно расположенный земельный участок под строительство помещения, т.к. город достаточно компактен. Возможно, ситуацию изменит в лучшую сторону запуск технико-внедренческой ОЭЗ.

Из инфраструктурных проблем отметим также недостаточно эффективную, по мнению предпринимателей, работу структур, занимающихся

БАРЬЕРЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА



Рис. 39



коммерциализацией технологий. Тем не менее, такие структуры всё же есть, о чем подробнее будет сказано ниже.

Финансовые ресурсы. Ситуация в Томске не отличается от других регионов. Кредиты для бизнеса пока слишком дороги, слишком ограничены по срокам и по размеру, весьма сложна и процедура их получения. Еще сложнее получить кредит для начинающего бизнеса и тем более для предпринимательского проекта, еще не оформившегося в бизнес. Тем не менее, из всех рассмотренных регионов, исключая Татарстан, в Томске получение кредита или финансирования в иной форме даже для старта бизнеса является наиболее реальным.

Доступ к рынку. Это сложная группа проблем для томских ИКТ-компаний, особенно для начинающих. Затруднения связаны с несколькими факторами: 1) в Томске практически отсутствуют потенциальные клиенты для ИКТ-компаний – крупные промышленные предприятия; 2) центры принятия решений крупных российских компаний расположены в основном в Москве или Санкт-Петербурге и, соответственно, значительно удалены от Томска; 3) процедура закупки для государственных нужд в качестве основного критерия предполагает цену предложения, что отрицательно сказывается на качестве поставляемых товаров / услуг и создает возможности для разнообразных нарушений. И поскольку центры принятия решений о закупках у большинства государственных организаций и крупных промышленных компаний расположены в столице, то, соответственно, московские компании получают дополнительные преимущества перед региональными.

Административное регулирование. Специфика ИКТ-отрасли такова, что по многим вопросам деятельности компаний требуются лицензии, сертификаты, разрешения и т.п. Как и в других описанных примерах, в Томской области предприятиям ИКТ-кластера для получения всех необходимых документов нередко приходится оплачивать дополнительные услуги организаций, указанных представителями контролирующими органов. Делается это на более или менее легальной основе, и, разумеется, приводит к значительным дополнительным расходам компаний. Другой проблемой являются необоснованные проверки и требования со стороны регулирующих органов.

Что касается самого кластера и степени его развитости, то, как уже отмечалось выше, пока он достаточно разрознен, и компании, входящие в его состав, практически не связаны между собой производственно-технологическими задачами. В такой ситуации уровень сотрудничества компаний по любым вопросам низок. Тем не менее, индивидуальные действия компаний, в первую очередь в сфере сотрудничества с вузами, в конечном итоге дают общий, согласованный результат.

Таким образом, основные проблемы для МСБ в ИКТ-кластере Томской области не столь существенны для лидирующих компаний, но создают значительные проблемы для развития новых предприятий.

Результаты опроса компаний

Деятельность опрошенных компаний в основном относится либо к сектору «продажа компьютеров и оргтехники» (20 %), либо к сектору «разработка программного обеспечения» (18 %). Представлены и такие направления, как «разработка и производство электроники и электронного оборудования» (11 %), «системная интеграция» (9 %) и «услуги в области Интернет» (8 %), прочие направления представлены незначительно (5 % и меньше).

В силу специфики отрасли средняя численность персонала в опрошенных компаниях невелика и составляет около 20 чел., при этом 49 % опрошенных компаний имеют штат меньше 10 чел., 16 % – среднюю численность от 11 до 25 чел., еще 16 % насчитывают от 51 до 100 сотрудников, 10 % – от 26 до 50 чел. и только по 4 % компаний имеют численность от 101 до 250 чел. и выше 500 чел. соответственно.

Как показывают результаты опроса, новые компании в ИКТ-кластере постоянно возникали на всем протяжении периода с 1990 по 2007 г. Первая «волна» (с 1990 до 1994 г.): за это время было создано 26 % всех опрошенных компаний. «Пиком» был 1990 г., когда было создано 12 % компаний. Однако к 1995 г. «волна» сошла на нет – не было создано ни одной новой компании. Небольшой «всплеск» относится к 1996 г. (было создано 8 % компаний), однако к 1998 г. он практически прекратился. Но экономические изменения 1998–1999 гг. стимулировали новый рост числа созданных компаний: начиная с 2000 г. создавалось по 6–8 % компаний ежегодно, а в 2005 г. было создано 10 % от всех опрошенных компаний.

Самая большая часть компаний-респондентов возникла путем «почкования» от другой компании, где учредители работали как наемные работники, а потом решили создать свой бизнес. Таким образом было создано 37 % опрошенных предприятий.

Другой распространенный вариант: учредители компании работали в вузе, НИИ или государственной компании и решили организовать бизнес, чтобы реализовать разработанную идею или использовать накопленный опыт. Таким образом было создано 30 % предприятий. В 26 % случаев создание бизнеса никак не было связано с прежней работой или прежним опытом учредителей. 7 % предприятий было создано как дочернее предприятие или филиал крупной компании.

На собственные средства основателей было создано 66 % опрошенных предприятий, еще в 15 % случаев стартовый капитал был получен от родственников, друзей и знакомых, т.е. 81 % опрошенных

компаний были созданы исключительно на средства, самостоятельно собранные учредителями. Только в 15 % случаев источником стартового капитала стал банковский кредит. На средства «материнской» компании или холдинга были созданы 9 % опрошенных компаний, и не зафиксировано ни одного случая, когда предприятие было бы создано на деньги государственных или частных специализированных фондов и т.п.

Конкурентные преимущества компаний в Томском ИКТ-кластере, по мнению опрошенных руководителей, обеспечиваются высоким качеством продукции и услуг (28 %), высоким качеством сервиса для потребителей (29 %). Отметим, что только в 15 % случаев конкурентное преимущество заключается в технологическом лидерстве продукции / услуг предприятия. На 13 % конкурентные преимущества томских ИКТ-компаний обеспечиваются низкими издержками. Прочие факторы имеют незначительное влияние.

Для опрошенных компаний два приоритета будут иметь определяющее значение в ближайшие 3 года – это запуск новых продуктов (21 %) и активное продвижение продукции / услуг за счет рекламы, использования новых каналов и т.п. (21 %). Большое значение имеет также повышение качества продукции и услуг (18 %). Среди прочих приоритетных направлений – повышение финансовой устойчивости предприятия (10 %), диверсификация бизнеса (7 %) и географическое расширение рынка – в пределах России (9 %), за пределами России (6 %) и в пределах Томской области (5 %).

За последние 3 года малые и средние компании ИКТ-кластера росли достаточно быстрыми темпами, в среднем численность их персонала увеличилась примерно на 10–15 %, при этом 43 % компаний увеличили численность сотрудников более чем на 20 %, 6 % компаний – на 10–20 %, 10 % компаний увеличили численность менее чем на 10 %, 27 % компаний сохранили свою численность неизменной. Некоторые компании, напротив, сократили свою численность: 6 % компаний сократили численность на 10–20 % и 8 % опрошенных компаний – более чем на 20 %.

Среди опрошенных компаний выделяются две группы: более многочисленная – крайне успешная, составляющая примерно половину всех компаний, и немногочисленная – депрессивная, составляющая примерно 30–40 %. Динамика объема реализации продукции показывает те же тенденции – в среднем объем реализации возрастал примерно на 15–20 % в год, при этом 53 % компаний увеличили его более чем на 20 %, 8 % компаний – на 10–20 %, 12 % увеличили этот показатель не более чем на 10 %, у 20 % предприятий объем реализации остался неизменным, и 6 % компаний испытывали явный кризис и сократили реализацию продукции более чем на 20 %.

Ближайшее будущее компании оценивают примерно в той же пропорции. Около 30 % компаний

считают, что объем реализации их продукции останется неизменным или сократится, в том числе 18 % прогнозируют неизменный объем реализации, 2 % предполагают небольшое снижение – не более чем на 10 %, и 6 % опрошенных компаний отличаются крайним пессимизмом – они прогнозируют снижение реализации более чем на 40 %. Напротив, 35 % компаний ожидают в ближайшие три года роста объемов реализации более чем на 40 %, 16 % предполагают более скромный рост в пределах от 16 % до 40 %, и 22 % компаний испытывают умеренный оптимизм и ожидают небольшой рост в пределах 15 %.

Свою конкурентоспособность компании ИКТ-кластера Томской области оценивают сдержанно, хотя и положительно, но считают, что используют современные технологии и имеют хорошую финансовую устойчивость. За последний год финансовое положение компаний существенно улучшилось.

Сдержанные оценки объясняются *чрезвычайно высокой интенсивностью конкуренции на рынках*, где работают компании. В большинстве случаев конкуренты крайне многочисленны (61 %), реже у компаний есть лишь несколько сильных конкурентов (29 %). Основные конкуренты расположены в Томской области (51 %) или в других регионах России (32 %), иностранные конкуренты составляют меньшинство, как имеющие производство в России (7 %), так и не имеющие (10 %).

Доля затрат на НИОКР для томских ИКТ-компаний в среднем составляет около 2 % от всех расходов компании. 33 % компаний вообще не осуществляют расходов на НИОКР, 16 % тратит более 20 % средств, 9 % компаний расходуют от 10 до 20 % на исследования и разработки, 11 % компаний – от 5 % до 10 % и 18 % компаний тратят на НИОКР «среднее значение», т.е. от 1 % до 3 % от общих затрат.

Компании Томского ИКТ-кластера взаимодействуют в основном с другими малыми и средними предприятиями и с крупными компаниями. Эффективность такого сотрудничества является средней.

Взаимодействие с вузами имеет среднюю интенсивность, однако его эффективность не удовлетворяет компании. (Рис. 40)

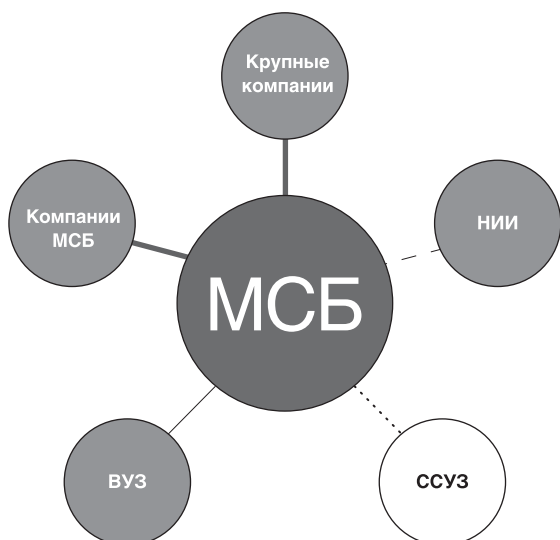
Сотрудничество с НИИ может быть названо «случайным», однако результативность такого сотрудничества оценивается компаниями выше, чем эффективность сотрудничества с вузами. Со средними и начальными профессиональными учебными заведениями взаимодействие вообще отсутствует, что не способствует решению кадровых проблем предприятий по найму квалифицированных рабочих (описание проблемы см. ниже).

Ключевым направлением сотрудничества выступает совместное продвижение продукции. Положительным моментом является факт сотрудничества между предприятиями в плане совместной разработки новой продукции. (Рис. 41, 42)



ИНТЕНСИВНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Интенсивность сотрудничества с партнерами...



Примечание. Основные обозначения – см. Рис. 21

...приоритетные направления сотрудничества

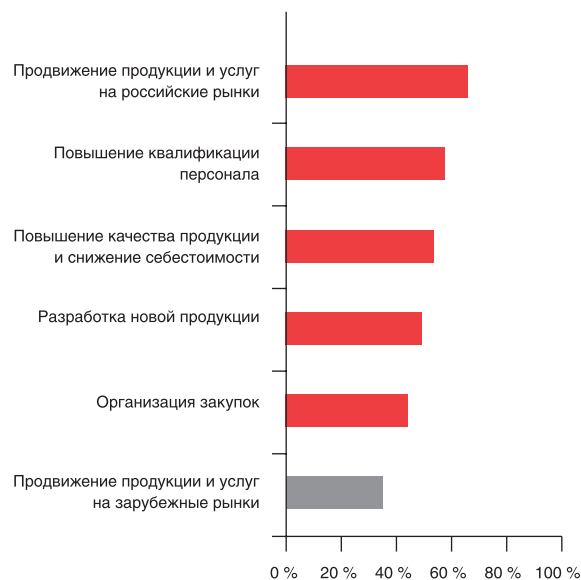
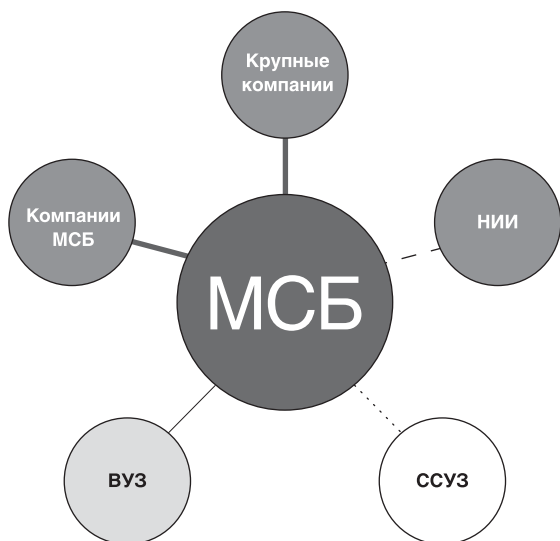


Рис. 40

ИНТЕНСИВНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА С РОССИЙСКИМИ ПАРТНЕРАМИ

Интенсивность сотрудничества с партнерами...



Примечание. Основные обозначения – см. Рис. 21

...приоритетные направления сотрудничества

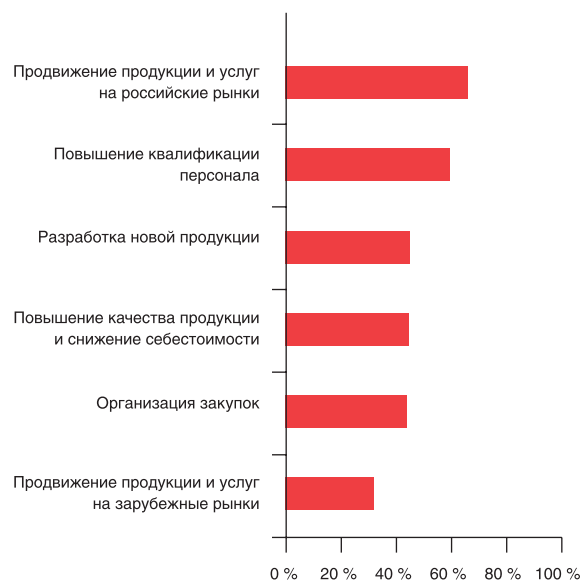
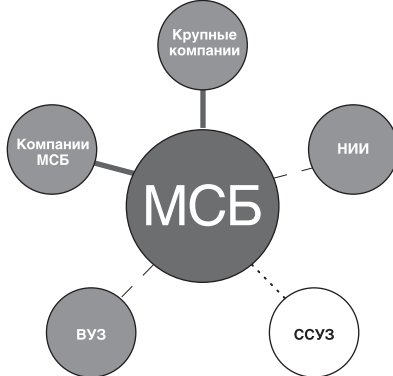


Рис. 41

ИНТЕНСИВНОСТЬ СОТРУДНИЧЕСТВА ПО ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ С РОССИЙСКИМИ ПАРТНЕРАМИ

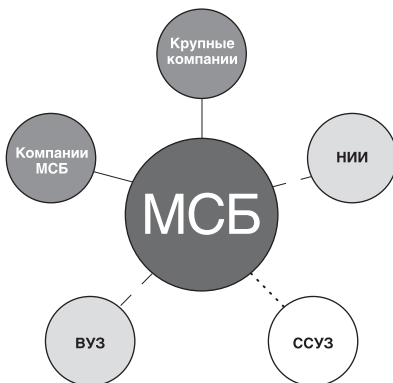
Продвижение продукции на российские рынки



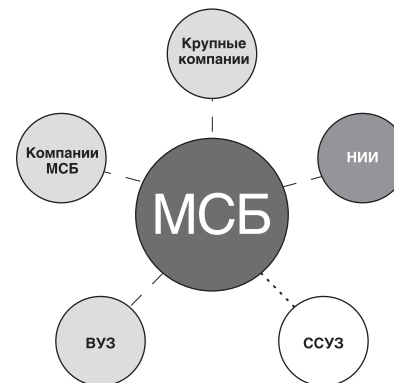
Разработка новой продукции



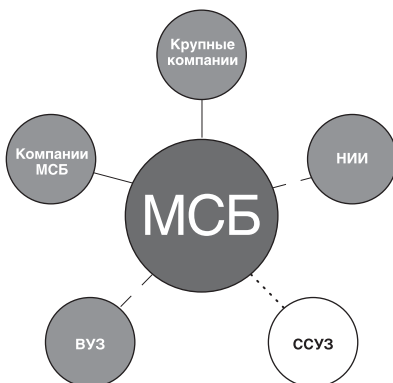
Организация закупок



Продвижение продукции на зарубежные рынки



Повышение качества продукции и снижение себестоимости



Повышение квалификации персонала





Среди потенциальных зарубежных партнеров достаточно интенсивное взаимодействие ведется лишь с бизнес-партнерами – как с малыми и средними, так и с крупными предприятиями. Взаимодействие с зарубежными учебными и научно-исследовательскими заведениями практически отсутствует. (Рис. 43, 44)

Как считают опрошенные компании, для их бизнеса географическое расположение в Томске является невыгодным, при этом стоимость ведения бизнеса в Томской области также неоправданно высока.

Компании, которым необходимы поставки комплектующих, обеспечиваются в основном либо поставщиками из других российских регионов (42 %), либо из стран Азии и Восточной Европы (28 %), однако сравнительно велика также доля и местных поставщиков (15 %), при этом 15 % комплектующих поставляется из дальнего зарубежья.

Поставки машин и оборудования обеспечиваются примерно также: 25 % закупается в Томской области, 35 % – в других российских регионах, 23 % оборудования и машин закупается в Азии и Восточной Европе и 17 % – в странах дальнего зарубежья.

Закупить необходимые комплектующие томским компаниям достаточно просто: они доступны и качественны. С машинами и оборудованием ситуация

немного более сложная, как по доступности, так и по качеству, тем не менее, всё – в пределах нормы.

Технологический уровень поставщиков комплектующих достаточно высок, технологический уровень поставщиков машин и оборудования несколько ниже. Надо отметить, что некоторые проблемы с доступностью и качеством поставок машин и оборудования влияют и на инновационные возможности предприятий: если предприятие захочет внедрить новую технологию производства, найти подходящее для этого оборудование будет не так просто.

Сложнее обстоит дело с поставками бизнес-услуг – их не так легко найти, и качество таких услуг оставляет желать лучшего.

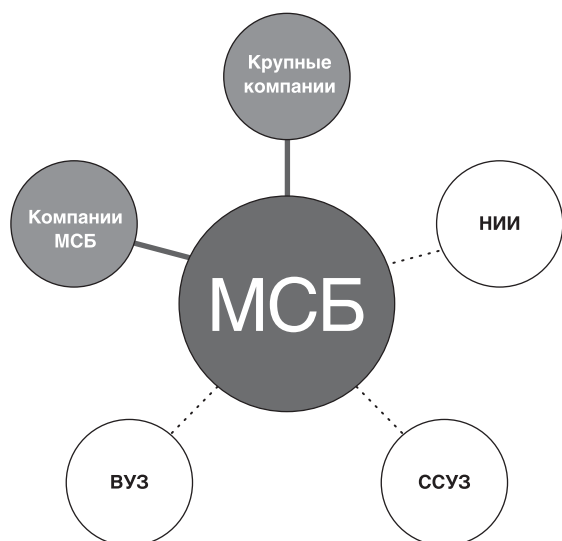
Еще хуже обстоит дело с доступностью специализированных бизнес-услуг для начинающих технологических компаний: несмотря на формальное наличие в регионе достаточно разветвленной инновационной инфраструктуры, по мнению руководителей компаний, «старт-апы» скорее всего не смогут получить необходимые услуги. (Рис. 45)

Эффективность деятельности центров трансфера и коммерциализации технологий в вузах и НИИ также невысока.

К сожалению, проблемы и для начинающих, и для состоявшихся компаний создает и российское

ИНТЕНСИВНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА С ЗАРУБЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Интенсивность сотрудничества с партнерами...



...приоритетные направления сотрудничества

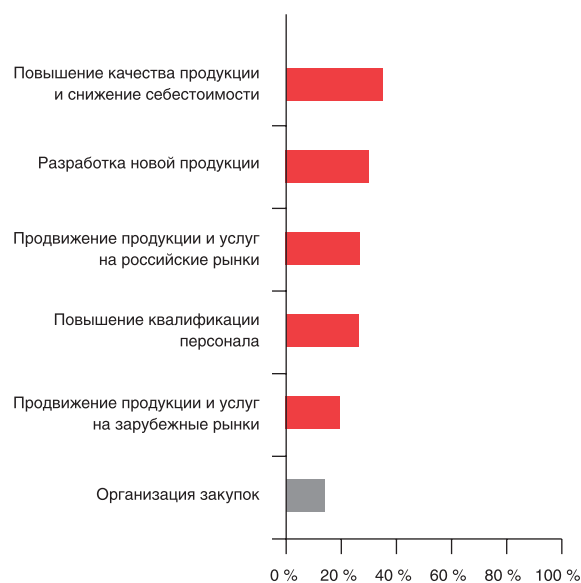
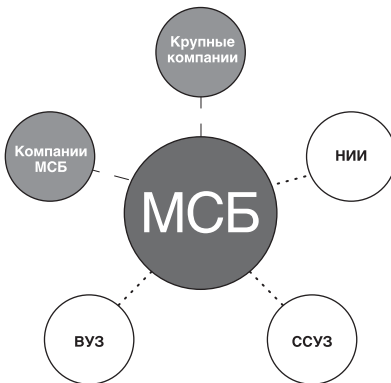


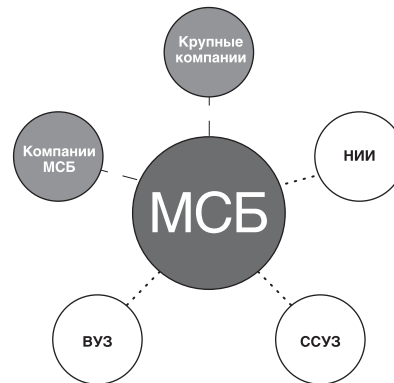
Рис. 43

ИНТЕНСИВНОСТЬ СОТРУДНИЧЕСТВА ПО ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Продвижение продукции
на российские рынки



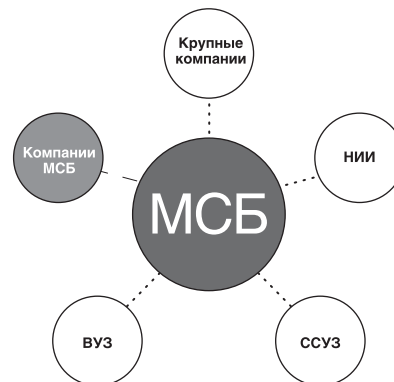
Разработка новой продукции



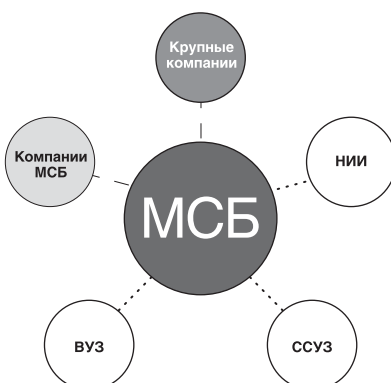
Организация закупок



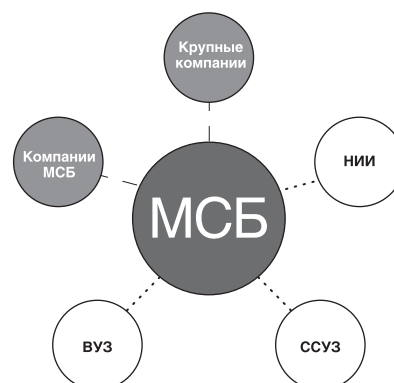
Продвижение продукции
на зарубежные рынки



Повышение качества продукции
и снижение себестоимости



Повышение квалификации
персонала





ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МСБ В КЛАСТЕРЕ ИКТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ



Рис. 45



Рис. 45а

законодательство: регулирование в сфере интеллектуальной собственности ограничивает развитие бизнеса, однако в области экспорта высокотехнологичной продукции существенных проблем не создает, но всё же является некоторым барьером.

Определенные ограничения на взаимодействие с зарубежными партнерами накладывает и деятельность государственных ведомств.

Достаточно сложно в Томске подобрать необходимые *дополнительные образовательные программы и программы повышения квалификации* в плане развития бизнеса: найти их можно, но качество этих программ будет низким. Сложная ситуация и с подбором персонала – квалифицированных специалистов и рабочих. Несмотря на развитую систему высшего образования в регионе, «кадровый голод» компаний достаточно высок, и связано это с массовой миграцией молодых специалистов в Москву, Санкт-Петербург и за границу. Причины, вызывающие миграцию, – недоступность жилья и общее низкое качество жизни в регионе.

Финансовые ресурсы на краткосрочный период привлечь можно, а на среднесрочный – затруднительно, что совпадает с общей ситуацией по стране. Но в отличие от Татарстана для компаний МСБ в Томске сложно получить необходимое оборудование в лизинг. Начинающим компаниям приходится еще труднее: по словам респондентов, для «старт-апа» недоступны и финансирование на доработку продукта, и венчурное финансирование на вывод продукта на рынок.

Очень большую проблему представляет *доступность земли и недвижимости*: крайне сложно найти подходящий земельный участок, готовые производственные или складские помещения. В целом поиск офисных площадей в городе не составляет большой проблемы, но для начинающих компаний получение офиса в бизнес-инкубаторе достаточно проблематично. (Рис. 45а)

Сильными сторонами бизнес-климата для компаний ИКТ-кластера в Томской области являются *развитость телекоммуникационной инфраструктуры, доступность выставочных помещений и более или менее приемлемое качество электроснабжения*. Проблемой является невысокое качество *транспортной и логистической инфраструктуры*.

Большую проблему представляют *административные барьеры*, сложная ситуация и с налоговым администрированием, и с таможенным регулированием.

В отраслевые ассоциации входит лишь 33 % опрошенных компаний, но они принимают активное участие в работе ассоциации и положительно оценивают эффективность ее деятельности.

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

В последние годы власти Томской области реализуют беспрецедентную для России политику поддержки малого предпринимательства на стартовом этапе. Речь идет, прежде всего, о создании бизнес-инкубаторов и о финансовой поддержке «стартовых» предприятий.

В рамках регулярного конкурса предпринимательских проектов «Бизнес-старт» (в 2007 г. проводился уже второй конкурс по этой программе) начинающим предпринимателям предоставляются субсидии из областного бюджета в размере до 300 тыс. руб. Условием предоставления финансирования (наряду с характеристиками самого проекта) является софинансирование со стороны предпринимателя. На первых этапах реализации программы софинансирование должно было составлять не менее 20 % от финансовой помощи региона, сейчас условия стали более жесткими – не менее 50 %. Охват предпринимателей этой программой является достаточно масштабным – в 2006 г. было поддержано 53 предпринимательских проекта, а в 2007 г. по этой программе получили субсидию 34 проекта.

Описанные примеры являются частью общей системы поддержки малого и среднего бизнеса, которая работает достаточно эффективно. Значительная часть этой системы связана с поддержкой инновационного бизнеса в высокотехнологических секторах. В регионе действуют:

- 4 центра трансферта технологий
- Технопарк
- 3 инновационно-технологических центра
- 4 бизнес-инкубатора
- 9 офисов коммерциализации (во всех вузах и ключевых НИИ)
- Региональный венчурный фонд
- Частные компании, занимающиеся венчурным инвестированием
- Достаточно широкий круг «бизнес-ангелов», осуществляющих инвестиции в инновационные проекты на разных стадиях развития

Последний пункт является наиболее важным, т.к. на бюджетные деньги можно создать формальные структуры, носящие названия «бизнес-инкубаторов» и «технопарков», что нередко и происходит в России, но нельзя приказом вкладывать личные деньги в инновационные проекты. Именно это обстоятельство характеризует наличие в регионе инновационной инфраструктуры. Присутствие реально действующих «бизнес-ангелов» показывает, что в Томской области она действительно есть. Число таких инвесторов в регионе достаточно велико – можно говорить



о нескольких десятках таких «бизнес-ангелов». Наиболее «продвинутой» частью составляют владельцы уже состоявшихся компаний, связанных с инновациями, которые таким образом расширяют сферу деятельности и/или находят для своих компаний новые идеи для развития. Наименее опытными и компетентными являются присоединившиеся к ним в последнее время «обычные» предприниматели, занимающиеся, например, торговлей или общественным питанием и решившие вложить свободные деньги в перспективные инновационные проекты. Промежуточное положение занимают несколько более компетентные владельцы производственных и сервисных малых и средних компаний (например, производители / установщики дверей и оконных стеклопакетов), которые также рассчитывают расширить сферу своего бизнеса за счет подобных инвестиций.

Размер средств, вкладываемых одним инвестором, обычно невелик – от 1 до 5 млн руб. Для некоторых проектов, требующих большего объема финансирования, привлекаются средства нескольких инвесторов.

Но не менее важно отметить и наличие – формальной или фактической – прочих элементов инновационной инфраструктуры в Томской области. Среди таковых следует выделить работающие *бизнес-инкубаторы*. Первым из них и наиболее впечатляющим является «Студенческий бизнес-инкубатор (СБИ)» ТУСУРа, предназначенный для того, чтобы перспективные инновационные команды из числа студентов имели возможность реализовать на практике собственные инновационные идеи, доведя их до этапа реального коммерческого проекта. Для этого созданы достаточно благоприятные условия: общее рабочее помещение более чем на 100 рабочих мест (компьютеры, подключенные к Интернет), предназначенное для разработчиков программных продуктов и индивидуальных проектов, и около 15 отдельных рабочих офисов для работы на компьютере и для опытных работ по сборке приборов и т.п. В ближайших планах бизнес-инкубатора – существенное увеличение количества помещений. Следует отметить, что несколько офисов занимают студенческие команды, которые выполняют конкретные исследования в интересах успешно работающих компаний среднего размера, как из Томска, так и из Новосибирска. Проекты, выполняемые студентами, разнообразны: от разработки ПО до робототехники, светодиодных панелей и технологий очистки пищевых продуктов с помощью ультразвукового излучения.

Учитывая небольшой срок существования этого бизнес-инкубатора (около 2 лет), пока нельзя оценить, насколько эффективно здесь решается его основная задача: «выращивание» инновационных компаний. Однако уже сейчас выпускники ТУСУР, получившие опыт работы в СБИ, трудятся в тех

инновационных компаниях, для которых они выполняли определенные исследовательские работы на площадях СБИ.

В свою очередь, в Томском политехническом университете до недавнего времени также действовал студенческий бизнес-инкубатор, который, однако, в меньшей степени соответствовал этому названию. Не располагая специально оборудованными помещениями для работы инновационных студенческих команд, он фактически мог реализовывать только образовательные программы по инновационному бизнесу для студентов (с использованием практики деловых игр) и давать определенные консультации. Однако в 2006 г. университетом были выделены площади под организацию «настоящего» бизнес-инкубатора, как в самом университете, так и в помещении Томского приборостроительного завода.

Аналогичным образом в 2006 г. был создан полноценный бизнес-инкубатор и в Томском государственном университете, и по сравнению с прочими бизнес-инкубаторами он имеет более выгодное расположение – в центре города.

Конкуренция между основными вузами Томска способствует развитию там инновационной инфраструктуры. Каждый из бизнес-инкубаторов имеет значительные площади, на которых расположены как помещения общего доступа, так и небольшие офисы для отдельных проектов, а также специальные службы, которые должны помогать резидентам бизнес-инкубаторов, например, в составлении бизнес-планов, в получении патентов и т.п.

Не все площади бизнес-инкубаторов используются достаточно эффективно. Некоторые офисы занимают вузовские или административные подразделения / службы, не оказывающие напрямую услуг резидентам бизнес-инкубаторов. Но такие отдельные недостатки в целом не мешают бизнес-инкубаторам работать и предоставлять «старт-апам» уникальное предложение с точки зрения удобства размещения офисов, инфраструктуры бизнес-инкубаторов (включая охрану, Интернет и т.п.) и условий аренды. Как правило, аренда намного дешевле, чем в среднем по городу, есть значительные льготы по оплате коммунальных услуг и т.п., а ключевым условием нахождения в бизнес-инкубаторе ТУСУР является привлечение к работе студентов этого вуза.

Кроме этого, в Томской области на базе Академогорodka (Томского научного центра) действует некоммерческое партнерство «Инкубатор Инновационных Технологий «АККОРД». Эта организация, созданная группой инновационных компаний и научных институтов, является уже серьезным бизнес-инкубатором, при поддержке которого за 2005–2006 гг. было создано пять самостоятельных инновационных компаний, а еще ряд проектов был внедрен в рамках существующих бизнес-структур

«промышленных партнеров». «АККОРД» активно работает с «бизнес-ангелами», привлекая их инвестиции в перспективные разработки.

Пример Томской области очень хорошо показывает, что для успеха инновационных проектов важно наличие именно системы, а не отдельных, несвязанных элементов инновационной инфраструктуры.

«Выращивание» проектов с уровня идей до уровня реального инновационного бизнеса происходит благодаря тому, что на начальном этапе во всех вузах и НИИ области действуют, например, офисы коммерциализации, созданные еще в рамках проекта TACIS в 2001 г., помогающие авторам идей оценить их перспективность и реализуемость, а также

подсказывающие, какие первые шаги надо предпринять для «запуска» проекта. На следующем этапе идеи «подхватываются» инновационно-технологическими центрами, центрами трансфера технологий или бизнес-инкубаторами, после чего, в случае успеха, происходит финансирование со стороны «бизнес-ангелов». Вместе с тем, часть идей пока не находит финансирования. Эту проблему власти пытаются решить путем создания специального регионального венчурного фонда. Важно, что региональные власти понимают: такой фонд должен не столько зарабатывать деньги, сколько предоставлять финансирование для тех проектов, которые по разным причинам не могут пока получить инвестиции от «бизнес-ангелов».



4. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ПО РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

4.1. СТРАНЫ, ЛИДИРУЮЩИЕ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Как измеряется успех в развитии предпринимательства и МСБ

Тот факт, что страна достигла больших успехов в развитии предпринимательства и МСБ, объясняется активным участием населения в создании новых компаний, при том что подавляющее большинство этих компаний выживает, и у них есть возможности для быстрого роста и расширения рынков сбыта, внедрения новых технологий, инноваций. Однако для определения стран-лидеров не существует «официальных» или «общепринятых» показателей: их выбор всегда зависит от цели исследования.

В данном отчете основной акцент сделан на исследовании общих условий развития предпринимательства и МСБ, поэтому для выбора стран-лидеров используется синтетический индекс развитости, характеризующий обе сферы: предпринимательство и МСБ. Предпринимательство – это процесс создания новых фирм, а развитие МСБ – это рост малых и средних фирм. Для характеристики каждой сферы применялись два показателя. (Рис. 46)

Два индикатора, характеризующих предпринимательство:

- Участие трудоспособного населения в предпринимательской деятельности (ТЕА 2006)¹⁸
- Число новых созданных фирм в % к общему числу фирм (2003 г.)

Первый показатель характеризует процесс создания новых фирм (предпринимательская активность), второй – результаты этого процесса (созданный малый бизнес). Чтобы учесть обе сферы, необходимо использовать оба показателя.

Два индикатора, наилучшим образом характеризующие развитие малого и среднего бизнеса, – это два показателя доли быстрорастущих компаний:

- Доля компаний с быстро растущей выручкой (рост более 60 % с 2002 по 2004 г.)
- Доля компаний с быстро растущей занятостью (рост более 60 % с 2002 по 2004 г.)

Методы анализа позволяют совершенно обоснованно определить несколько стран-лидеров (например, первую тройку или первую десятку).

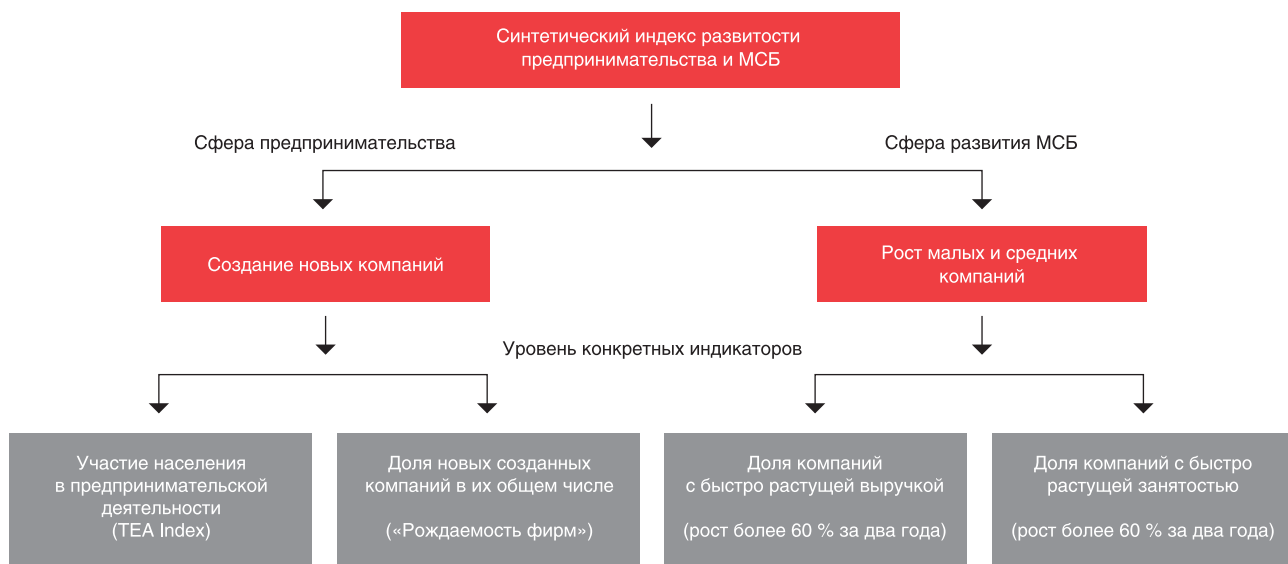
Какие страны добились наилучших результатов

В данном разделе определяется, какие страны добились в этой сфере наибольших успехов, и потому могут служить положительным примером. Были выбраны несколько стран в соответствии с тем, каких успехов они достигли, и насколько их опыт применим к России. В последующих разделах будет описана политика этих стран по развитию предпринимательства, система ее реализации и спектр используемых инструментов поддержки. Но сначала рассмотрим рейтинги стран по отдельным показателям развития предпринимательства и МСБ.

Важнейшим индикатором текущей предпринимательской активности является степень участия трудоспособного населения в предпринимательской деятельности (степень ранней предпринимательской активности) – *индекс ТЕА*, который с 1999 г. ежегодно определяется международной группой исследователей и в 2006 г. был измерен в 42 странах мира, в том числе и в России. Базой для измерения ТЕА является население страны в возрасте от 18 до 64 лет. Предпринимателем в рамках измерения ТЕА считается тот, кто предпринимал в текущем году какие-то действия для создания нового бизнеса и ожидает получить в этом бизнесе свою долю либо управляет собственной новой компанией (созданной за последние 3,5 года). Доля этих предпринимателей в населении и представляет собой ТЕА. ТЕА является статистическим индикатором, который характеризует стадию перед созданием нового бизнеса.

¹⁸ ТЕА – Total Entrepreneurial Activity, показатель, составляемый в ходе международного исследования GEM, который характеризует долю населения в возрасте от 16 до 64 лет, принимающую участие в создании новых фирм (такими считаются фирмы, работающие на рынке менее 3,5 лет).

ИЗМЕРЕНИЕ УСПЕХА В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МСБ



Источник: FORA (2007)

Рис. 46

Среди стран, в которых ВВП на душу населения выше, чем в России, по данному показателю в 2005 г. лидировали развитые страны Океании (Новая Зеландия и Австралия), Северной Европы (Норвегия, Исландия, Ирландия) и североамериканского континента (США и Канада). (Рис. 47)

График показывает, что между уровнем благосостояния населения (измеренным как ВВП на душу населения) и уровнем предпринимательской активности существует *обратная зависимость*. Это связано с тем, что в странах с относительно низким уровнем благосостояния (Венесуэла, Индия, Индонезия, Китай, Колумбия, Филиппины и др.) существенная доля населения вынуждена заниматься предпринимательской деятельностью в отсутствие подходящего места работы. С улучшением экономических условий необходимость в этом постепенно отпадает, но одновременно появляются новые возможности для открытия собственного дела с целью реализации какой-то инновационной идеи (повышается роль предпринимательства в технологическом развитии).

Результатом предпринимательской активности является создание новых компаний, а соответствующим показателем – доля новых компаний в их общей массе. Этот показатель рассчитывается Европейским бюро статистики (Eurostat) для некоторых европейских стран; сходный показатель рассчитывается для США и Канады национальными органами статистики. В среднем в анализируемых странах доля предприя-

тий, созданных в текущем году, от общего числа компаний составляет от 3 % до 20 %.

Лидерами по «*рождаемости компаний*» в 2004 г. были Румыния (19 %), Эстония (16 %), Великобритания (14,3 %) и Канада (13,4 %). Из стран, которые не включены в график, следует отметить потенциальных лидеров – Германию и Ирландию, занимающих первое место по «рождаемости фирм» в Европе в 1995–2000 гг. (в Германии в среднем за год доля новых фирм составляла 15,7 %, а в Ирландии – 14,2 %). В Исландии в тот период времени средний уровень «рождаемости компаний» составлял 8,2 %.¹⁹

Высокие показатели «рождаемости фирм» в Эстонии и Румынии отчасти объясняются «стартовыми условиями» развития: активным ростом частного сектора в переходной экономике. Возможно, по этим причинам средний показатель для группы восточноевропейских стран (Чехия, Венгрия, Словакия, Латвия, Болгария) выше, чем для стран Северной Европы (Швеция, Норвегия, Дания, Финляндия). К сожалению, подобная статистика для России недоступна, но, вероятно, показатели нашей страны также могут оказаться достаточно высокими. (Рис. 48)

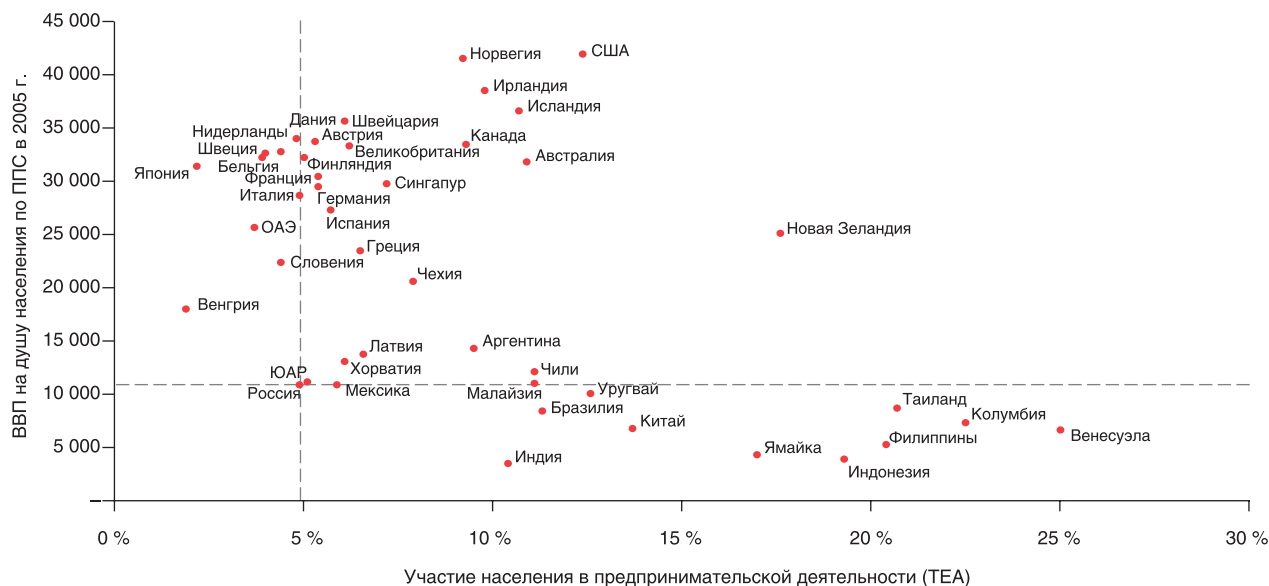
Показатель «рождаемости» характеризует количество малых фирм, а качество вновь создаваемого бизнеса определяется темпами его роста.

¹⁹ Eurostat (2002) Business demography in Europe.



ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА

ВВП на душу населения и предпринимательская активность в 2005 г.*



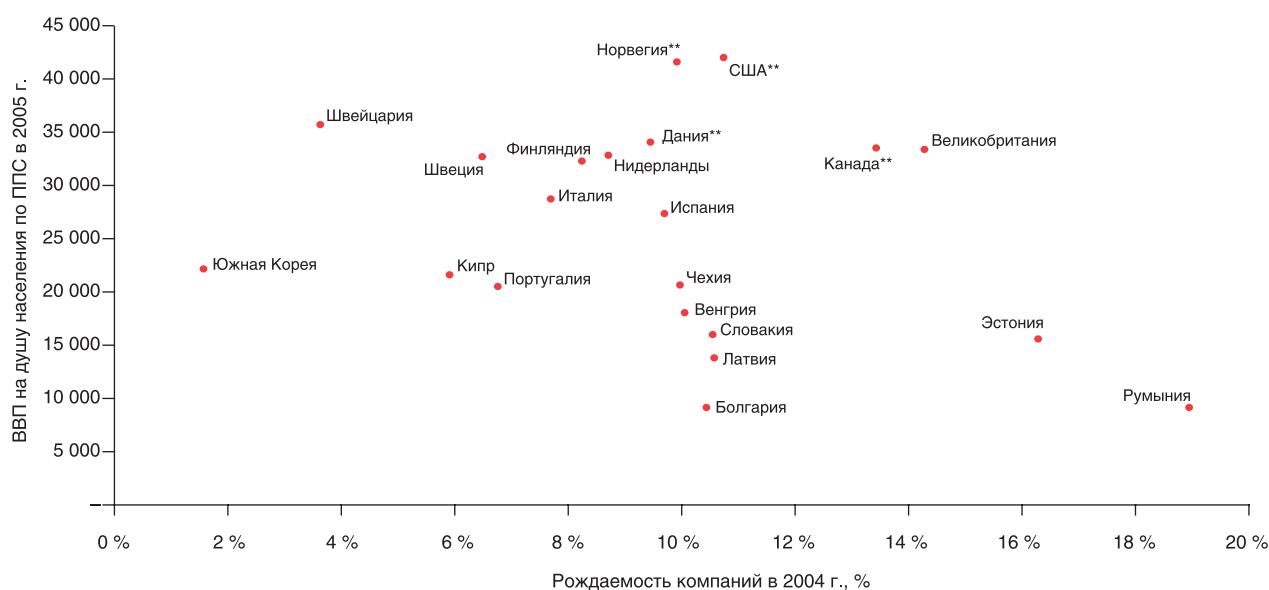
* По нескольким странам (Индия, Колумбия, Малайзия, ОАЭ, Россия, Уругвай, Филиппины, Чехия) приводится ТЕА за 2006 год

Рис. 47

Данные: Global Entrepreneurship Monitor (2006, 2007), World Bank (2007)

«РОЖДАЕМОСТЬ КОМПАНИЙ» В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА

ВВП на душу населения в 2005 г. и рождаемость компаний* в 2004 г.



* Индикатор «рождаемость компаний» показывает, какую долю от общего числа фирм составляют фирмы, основанные за текущий год

** Данные по «рождаемости компаний» в Дании, Норвегии, США и Канаде приведены за 2003 г.

Рис. 48

Данные: FORA (2006, 2007), Eurostat (2007)

В международной статистике показатели роста компаний не рассчитываются по причине большой трудоемкости. Однако существующие большие базы данных²⁰ позволяют достоверно рассчитывать такие показатели для ограниченного числа стран.

Первый показатель роста бизнеса, использованный нами в данном отчете, – доля новых компаний с быстро растущей выручкой (рост более 60 % с 2002 по 2004 г.). В расчет принимались те компании, которые были созданы в период с 1998 по 2002 г. и к 2004 г. продолжали работать на рынке.

По показателю роста компаний лидируют Ирландия, Южная Корея, США (более 20 % всех новых фирм, созданных в 1998–2001 гг. и выживших к 2004 г., показали в 2002–2004 гг. рост выручки на 60 %). Очень хорошие показатели продемонстрировали Япония, Польша и Великобритания (от 10 % до 20 % всех фирм росли такими темпами). В остальных анализируемых странах доля быстрорастущих компаний составила 10 % и менее. В том числе в Германии всего 2,5 % фирм показывали подобный рост выручки. (Рис. 49)

²⁰ Используемая в данном отчете для расчета показателей роста бизнеса база ORBIS (Bureau van Dijk, 2006) содержит данные о более чем 3 млн компаний стран ОЭСР.

Рост компаний может быть также измерен и с помощью показателя занятости. В этом случае при сравнении стран безусловным лидером является Южная Корея (быстрорастущие новые компании по занятости – 10 %), за которой следуют Великобритания, Швейцария, Япония и США (5–6 %). К сожалению, по некоторым странам-лидерам (например, по Ирландии) показатель роста фирм по занятости недоступен, и на данном графике они не представлены. (Рис. 50)

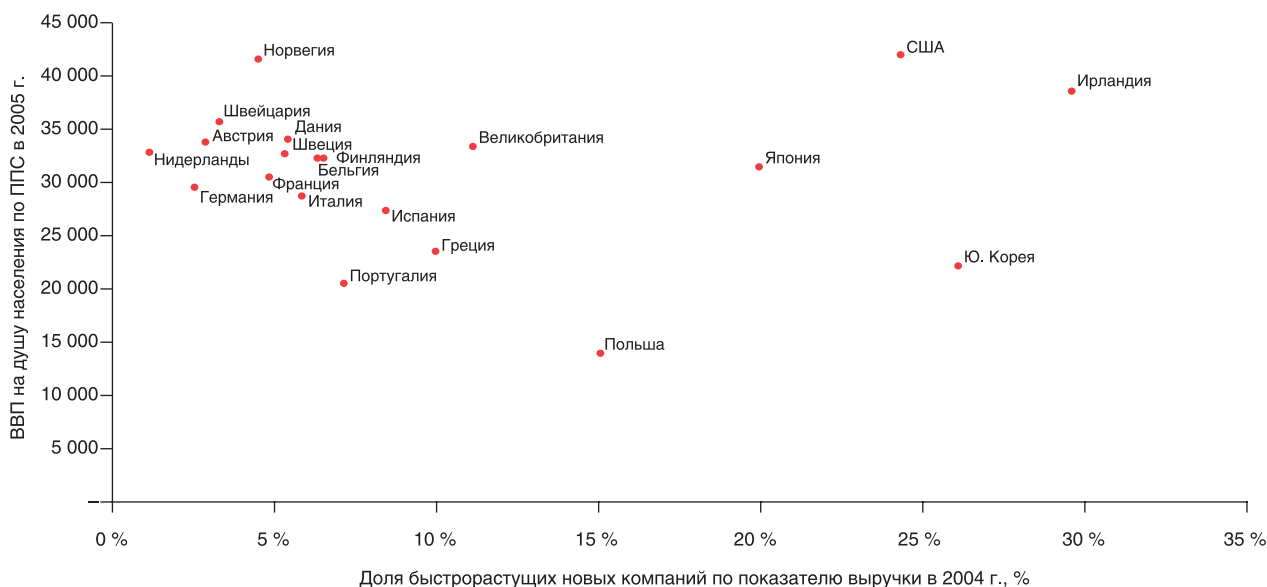
Из графиков видно, что можно определить несколько лидеров по каждому из четырех выбранных показателей. Есть возможность составить два списка стран, достигших наибольших успехов в развитии каждой из двух сфер (создания новых фирм и их роста). Поскольку показатели связаны между собой, можно сделать определенные выводы даже с учетом отсутствия данных, например, по «рождаемости фирм», в Австралии и Новой Зеландии.

Итак, рассмотрим списки стран-лидеров по отдельным показателям.

В сфере создания новых компаний наибольших успехов достигли Ирландия, Великобритания, развитые страны Океании (Австралия, Новая Зеландия), Северной Америки (США, Канада).

РОСТ КОМПАНИЙ ПО ПОКАЗАТЕЛЮ ВЫРУЧКИ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА

ВВП на душу населения в 2005 г. и доля быстрорастущих новых компаний по показателю выручки в 2004 г.*



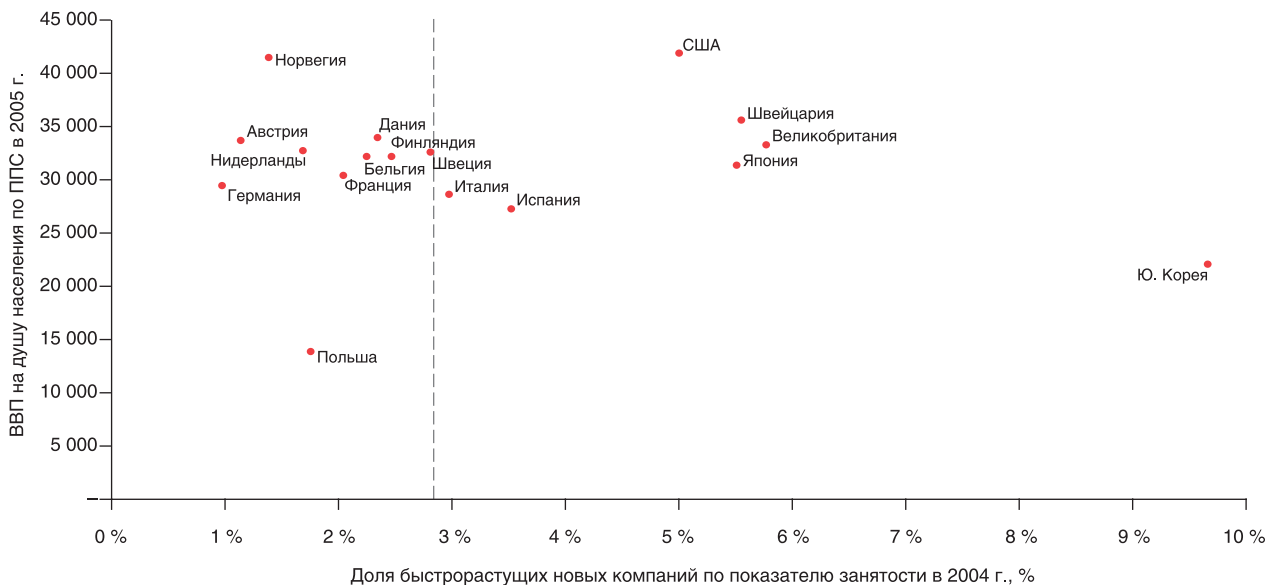
Данные: FOFA (2006, 2007), World Bank (2007) анализ

* Индикатор «доля быстрорастущих компаний» показывает, какую долю новых компаний (созданных в 1997–2001 гг.) составляют те, в которых выручка выросла более, чем на 60 % за последние два года (с 2002 по 2004 г.), и которые продолжали функционировать (в 2004 г.)



РОСТ КОМПАНИЙ ПО ПОКАЗАТЕЛЮ ЗАНЯТОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА

ВВП на душу населения в 2005 г. и доля быстрорастущих новых компаний по показателю занятости в 2004 г.*

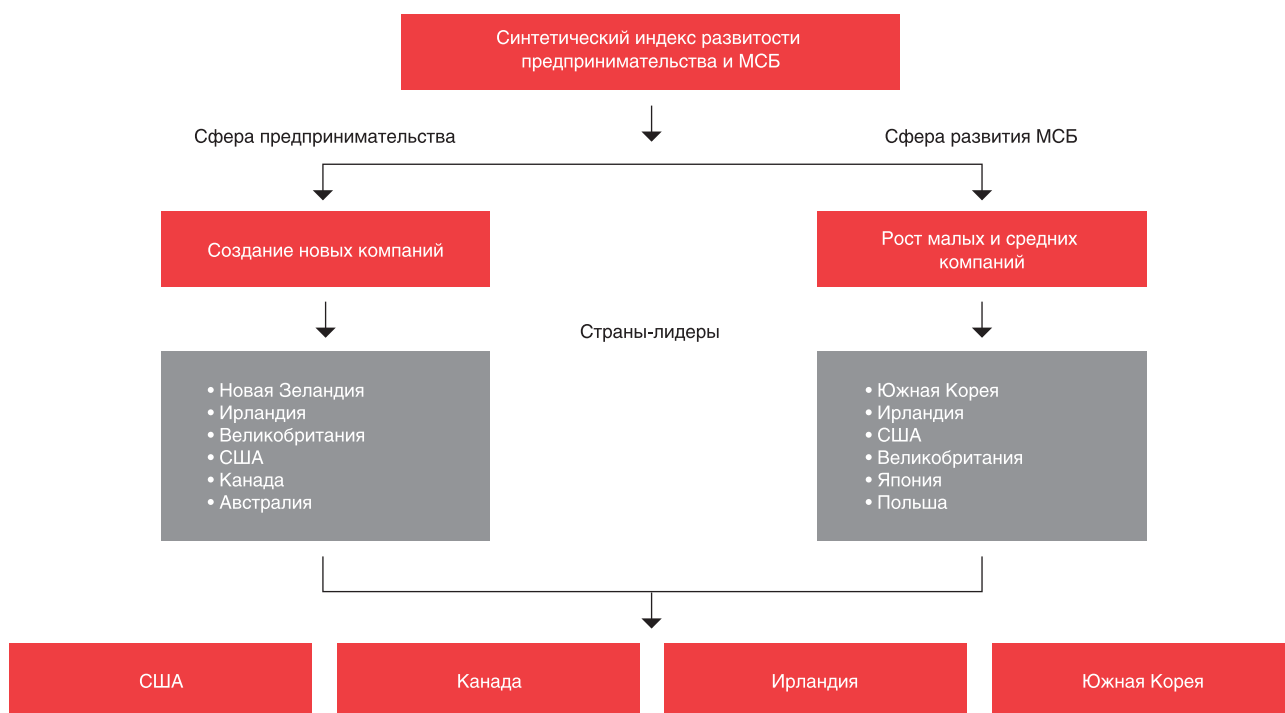


Данные: FORA (2006, 2007), Eurostat (2007)

* Индикатор «доля быстрорастущих компаний» показывает, какую долю новых компаний (созданных в 1997–2001 гг.) составляют те, в которых занятость выросла более, чем на 60% за последние два года (с 2002 по 2004 г.), и которые продолжали функционировать (в 2004 г.)

Рис. 50

ВЫБОР СТРАН-ЛИДЕРОВ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МСБ



Источник: FORA (2006, 2007)

Рис. 51

В сфере роста новых компаний Великобритания, США и Ирландия также лидируют (отсутствуют данные по Канаде). Кроме того, в этом списке находятся Южная Корея, Япония и Польша. (Рис. 51)

Анализ с учетом приведенных выше индикаторов позволяет выделить следующие страны, лидирующие в стимулировании предпринимательства и развитии малого и среднего бизнеса: США, Канада, Ирландия, Южная Корея. Далее будет рассмотрен опыт развития предпринимательства и малого и среднего бизнеса в этих странах. В основном описание будет посвящено системе поддержки на федеральном уровне.

4.2. ЮЖНАЯ КОРЕЯ

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

Система поддержки малых и средних предприятий в Южной Корее (далее – Корея) формировалась в течение более 40 лет и на сегодняшний день является одной из самых совершенных в мире. Эта

система прошла долгий путь от пренебрежения малыми фирмами в эпоху экономики чеболей до гибкой политики разных форм интегрированного содействия бизнесу на всех стадиях его развития. (Рис. 52)

В развитии этой системы можно выделить несколько этапов, каждый из которых характеризуется серьезными изменениями в политике развития МСБ по сравнению с предыдущим. Первым шагом, который был сделан в период активной индустриализации страны, стало принятие закона о малых и средних предприятиях в 1961 г. Уже в следующем году была создана Федерация малых и средних предприятий Кореи, которая объединяла малые компании и защищала их интересы в правительстве и на зарубежных рынках. В течение последующих 15 лет Федерация была основным и единственным органом, который представлял интересы МСБ.

Второй этап, наступивший в середине 1970-х гг., характеризовался прежде всего изменением отношения к малому бизнесу, роль которого до того времени недооценивалась во многих странах. В попытке использовать его как новый источник экономического роста правительство начинает формировать систему органов поддержки. На этом этапе ответственность за развитие предпринимательства несут более 10 разных министерств, а основным органом

ЭВОЛЮЦИЯ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КОРЕЕ



Рис. 52



реализации программ становится частно-государственная Корпорация малых и средних предприятий. Новая политика индустриализации включала в себя тренинговые программы, стимулирование экспорта и роста фирм, развитие промышленности в сельских районах, создание промышленных парков, региональные программы. В 1993 г. был основан орган, занимающийся исследованиями состояния малого бизнеса в Корее – Институт МСП Кореи. А в 1996–1998 гг. функции 12 министерств по разработке политики развития предпринимательства передаются новому органу – Администрации малых и средних предприятий Кореи.

Сегодня разветвленная сеть специализированных органов включает специальное министерство – Администрацию МСП Кореи, Корпорацию МСП Кореи и др. В организации поддержки также участвуют несколько министерств. Для координации деятельности этих органов 1 апреля 1998 г. была основана Президентская комиссия по малым и средним предприятиям.

Помимо определения общей координации и приоритетов в обязанности Президентской комиссии входит оценка ситуации с развитием МСБ и эффективности текущей политики. Помимо Президентской

комиссии оценкой занимается независимый Институт МСП и несколько общественных организаций: Федерация МСП Кореи, Ассоциация женщин-предпринимателей Кореи и др. Кроме того, связь с малым бизнесом сегодня постоянно поддерживает и Администрация МСП Кореи через специальную онлайн-систему, с помощью которой каждый пользователь ее услуг может оценить их эффективность, задать вопрос, пожаловаться, высказать свои комментарии и т.д. (Рис. 53)

В структуре органов правительства на самом высшем уровне находится Президентская комиссия, так как она отчитывается перед самим Президентом. Администрация МСП формально имеет статус агентства и подчинена Министерству торговли, промышленности и энергетики. Кроме нее определен круг программ реализуют Министерство информации и связи и некоторые другие. (Рис. 54)

В целом структура правительства Кореи хорошо отражает тот факт, что развитие малого и среднего бизнеса является в стране приоритетным направлением экономической политики. На развитие предпринимательства сегодня направлено множество программ, которые требуют координации и централизации процесса их разработки в одном агентстве.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В КОРЕЕ



Рис. 53

ОРГАНЫ ПОДДЕРЖКИ МСБ В СТРУКТУРЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА КОРЕИ

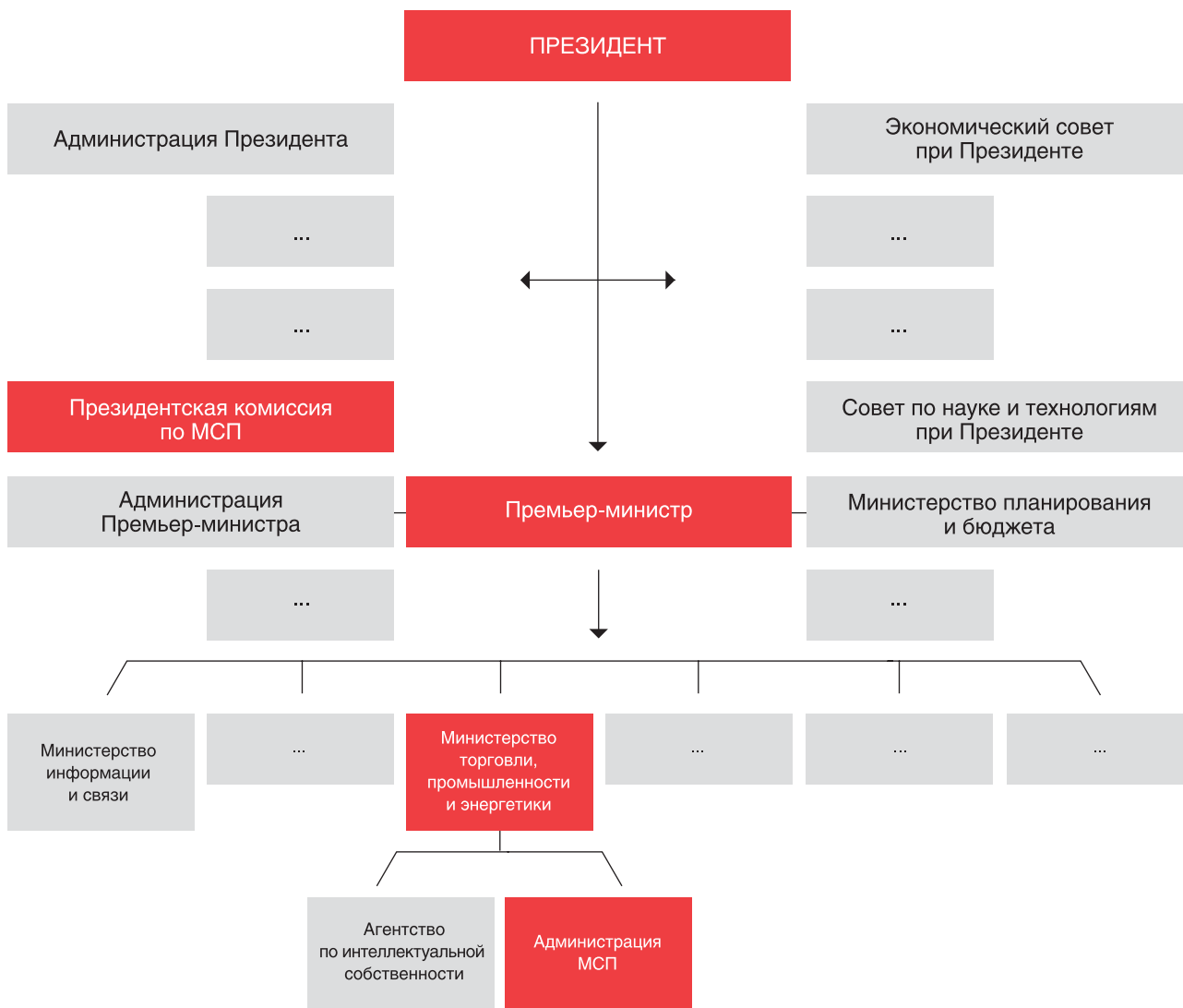


Рис. 54

Направления и масштабы поддержки предпринимательства и МСБ

В целом по каждому ключевому направлению политики действует большой набор программ. В направлениях комплексной поддержки МСБ и предпринимательства следует выделить развитие человеческого капитала (стимулирование программ предпринимательского образования) и развитие высоких технологий (система венчурного финансирования, специализированная инфраструктура, налоговые и другие льготы). (Рис. 55)

Ключевым специальным органом поддержки малого и среднего бизнеса в Корее является Администрация малых и средних предприятий Кореи (SMBA – Small and Medium-sized Business Administration). Этот

орган был создан в 1996 г., ему были переданы функции 12 разных министерств, занимающихся поддержкой МСБ. Через два года Администрации МСП также была передана функция разработки политики, и схема поддержки МСБ приняла тот вид, который она имеет в настоящее время.

Администрация состоит из 6 отделов, в которых работают 262 человека. Есть 13 офисов в регионах и за рубежом с численностью персонала 384 человека. Администрация уполномочена реализовывать собственные программы поддержки и самостоятельно выдавать кредиты малым и средним предприятиям (ставка по кредитам составляет 5,5 % – под эту ставку кредиты берет само Правительство Кореи).

В связи с новым этапом политики развития малого бизнеса в 2004 г. произошла очередная реорганизация



КОМПЛЕКСНАЯ ПОЛИТИКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КОРЕЕ



Рис. 55

SMBA, т.е. были основаны отделы, представленные на рисунке. Курс на поддержку наиболее бедных ресурсами и изолированных фирм привел к созданию в Администрации отдела по «клиентскому», а не функциональному принципу – Отдела развития микропредприятий. В качестве новых тенденций, характерных для большинства стран, лидирующих в развитии предпринимательства и малого и среднего бизнеса, необходимо отметить применение современных форм организации административного органа (в данном случае – командный принцип), а также внедрение и широкое использование информационных технологий и услуг электронного правительства. (Рис. 56, 57)

Определением приоритетов политики, координацией разработки программ поддержки предпринимательства и контролем их реализации (в том числе деятельности SMBA) занимается *Президентская комиссия*. Эта организация формально находится на уровне министерства, но подчинена непосредственно Президенту Республики Корея. Она призвана координировать деятельность и политику всех министерств в области развития малого и среднего бизнеса, включая Администрацию МСП, Министерство торговли, промышленности и энергетики, Министерство информации и коммуникаций и др. Руководитель Администрации МСП является одновременно оперативным руководителем Комиссии и назначается сроком на один год.

Всего в работе комиссии на постоянной основе задействованы около 40 человек. Структурно она

состоит из Рабочего комитета, который занимается стратегическими вопросами, и Административного бюро, состоящего из 20 сотрудников министерств, участвующих в системе поддержки МСБ. Административное бюро осуществляет реализацию отдельных решений (согласование деятельности органов поддержки, выявление и устранение как административных барьеров, с которыми сталкиваются малые фирмы, так и внутренних барьеров, препятствующих нормальной работе системы поддержки).

В период основания комиссии Корея находилась в состоянии выхода из кризиса (Азиатский финансовый кризис 1997 г.), и ее члены в течение первого года работы приняли важные антикризисные решения по поддержке МСП, успех которых продемонстрировал результативность деятельности самого органа. На основании решений комиссии в 1998 г. Банк Кореи выделил деньги для предоставления дополнительных займов малым фирмам (около 4 млрд долл. США) и для поддержки гарантий, выданных 210 000 малым и средним фирмам (около 5 млрд долл. США). Также были отсрочены платежи малых и средних фирм по финансовым обязательствам на сумму 34,5 млрд долл. США.

В том же году решениями комиссии был в 2,5 раза (до 21 тыс. долл. США) сокращен минимальный капитал, требуемый для создания венчурной фирмы, и до 20 % снижена требуемая минимальная доля частных инвесторов в ней. Для стимулирования создания таких фирм были ослаблены ограничения на участие ученых в их управлении, а также существенно расширена сеть

ОРГАНИЗАЦИЯ КЛЮЧЕВОГО ВЕДОМСТВА В КОРЕЕ – SMBA

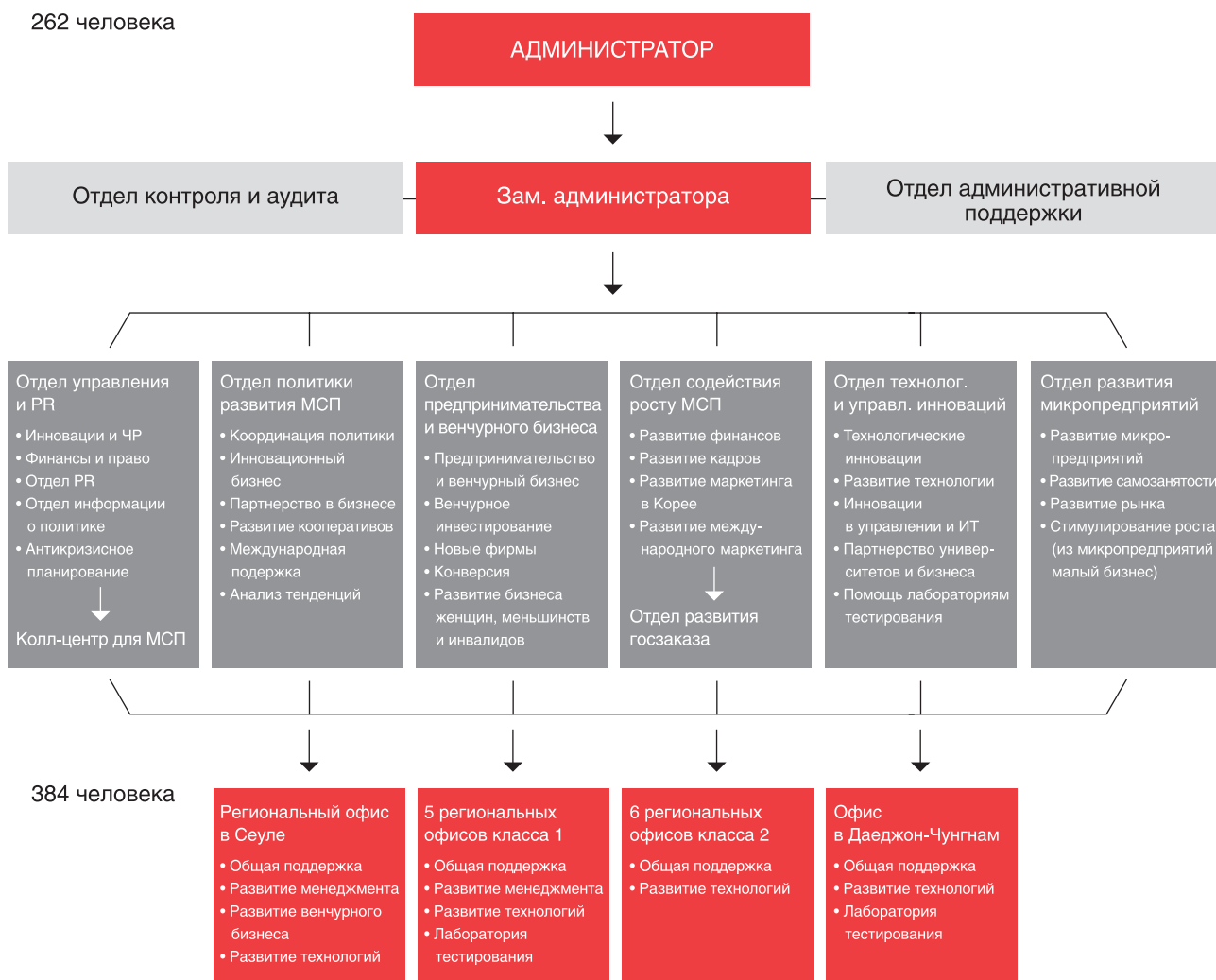


Рис. 56

РАЗВИТИЕ АДМИНИСТРАЦИИ МСП КОРЕИ



Рис. 57



тренинговых центров для начинающих предпринимателей (с 12 в 1997 г. до 30 в 1998 г.). Транш МВФ (400 млн долл. США) был использован комиссией на поддержку создания или технологического развития 3 245 частных фирм.

Помимо обсуждения проблем МСБ и продолжения совершенствования механизмов венчурного финансирования в 1999 г. комиссией были приняты решения по организации системы обеспеченных залогом облигаций для МСБ.

В течение года комиссией было получено более 1 000 различных жалоб и предложений, из которых 85 % были урегулированы. На местах было проведено 50 встреч с представителями малых и средних фирм по коммерческим и социальным вопросам. Наконец, под наблюдением Президента Республики Корея 12 октября 1999 г. прошел Первый массовый форум малого и среднего бизнеса, а 30 октября 2000 г. Второй национальный форум был совмещен с 27-м Всемирным форумом малого и среднего бизнеса.

В течение 2000 г. деятельность комиссии была связана с мониторингом проблем малых и средних предприятий, с инспекцией работы министерств и реорганизацией дублирующих функций, а также с подготовкой 10-летнего перспективного плана развития корейского малого и среднего бизнеса и первой «Белой книги малого бизнеса Кореи», в которой были подведены итоги 40 лет развития. Обсуждение проблем регулирования МСП и координации регулирующих органов происходило через созыв специального комитета (10 раз в 2000 г., 7 раз в 2001 г., 5 раз в 2003 г.). 2001 г. был посвящен мониторингу проблем малых и средних предприятий в регионах.

В 2001 г. помимо ежегодных национальных форумов были организованы форумы МСП в регионах, а также учреждены награды лучшим предпринимателям. В 2002 г. инспектировалась деятельность работы 15 органов поддержки малого и среднего бизнеса, в том числе 8 министерств и Института МСП Кореи, чтобы выявить и наградить лидеров. Одновременно в декабре 2001 г. была реализована разработанная комиссией схема оказания услуг Фонда кредитной поддержки МСП через Интернет. В феврале 2002 г. была улучшена система планирования бюджета поддержки малого бизнеса, приблизительно в то же время основаны Корейский Институт информационного менеджмента МСП и Комитет корпоративной ответственности, созданы новые программы поддержки малого и среднего бизнеса в области управления знаниями и ИТ и коммерциализации технологий.

В целом в работе комиссии можно выделить несколько основных функций:

- Разработка видения развития малого и среднего бизнеса, публикация ключевых документов о направлениях политики в этой области

- Координация деятельности органов правительства по развитию малого и среднего бизнеса через постоянное обсуждение их деятельности и приоритетов
- Оперативная оценка ситуации, оценка эффективности текущей политики и эффективности органов исполнительной власти
- Разработка предложений по исправлению политики развития МСБ в целом и ее отдельных направлений
- Принятие решений в отношении малого и среднего бизнеса

Структура Президентской комиссии в течение последних 10 лет (с момента основания) развивалась следующим образом: (Рис. 58, 59)

Важнейшим органом, который занимается исключительно реализацией программ содействия МСБ, является Корпорация МСП Кореи, созданная еще в 1979 г. как независимый правительственный орган, имеющий и государственное, и частное финансирование. Большинство масштабных программ поддержки, принятых в 1979–1993 гг., были реализованы с помощью Корпорации МСП Кореи. Ее функцией является непосредственная помощь малым предприятиям, этот орган не занимается разработкой программ, которые реализует. В настоящее время Корпорация оказывает такие виды помощи, как предоставление информационной и финансовой поддержки в экспорте продукции (в том числе через собственные международные офисы), предоставление специализированной недвижимости для производственных предприятий (в том числе в промышленных парках), содействие в доступе к финансовым ресурсам, индивидуальные консультации и помощь в развитии бизнеса. Результаты работы Корпорации МСП Кореи характеризует следующая статистика:

- Число штатных сотрудников: 700 чел.
- Структурные единицы: 20 департаментов, 15 филиалов в Кореи и 4 за рубежом
- Приблизительный бюджет на один год: \$ 4 600 млн (4,6 млрд)
- Сумма предоставленных для МСП займов: \$ 2 300 млн (6 500 фирм)
- Финансирование через участие в акционерном капитале: \$ 110 млн
- Консалтинговые услуги для МСП: 3 000 фирм в год
- Тренинги и повышение квалификации для МСП: 45 000 чел. в год
- Установление контактов корейских компаний с зарубежными: 400 фирм в год
- Приглашение иностранных консультантов: 350 в год

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ КОМИССИИ ПО МСП КОРЕИ



Рис. 58

РАЗВИТИЕ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ КОМИССИИ ПО МСП КОРЕИ



Рис. 59



- Число найденных иностранных инженеров, согласившихся приехать на работу в Корею: 250 в год

В 1993 г. был основан орган, занимающийся исследованиями состояния малого бизнеса в Корею, – Институт МСП Кореи. В 2004 г. он стал независимой организацией. Функциями института являются:

- Проведение диагностических исследований для правительства по специальным темам (оценка состояния сектора или влияния реализуемых программ на состояние малого бизнеса)
- Исследование проблем, с которыми сталкивается малый бизнес
- Исследования по заказу сторонних организаций (крупные компании, Федерация малого бизнеса Кореи и др.)

Всего в Корею поддержкой малого и среднего бизнеса занимаются 37 органов центральной

и региональной власти, 462 связанных с ними организации и 26 общественных организаций. (Рис. 60)

Бюджет Администрации МСП в 2003 году составлял более 3 млрд долл. США, а общие средства, затраченные государством на поддержку МСБ, составили более 5,5 млрд долл. (Рис. 61)

4.3. ИРЛАНДИЯ

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

Ирландия является сравнительно малой европейской страной – как по размеру территории, так и по численности населения, и в ее экономике малые и средние фирмы всегда доминировали, формируя более 60 % занятости и более 50 % ВВП. Быстрый экономический рост Ирландии на рубеже тысячелетий

РЕСУРСЫ ПОДДЕРЖКИ МСБ В КОРЕЕ В 2005 ГОДУ

Вид организаций	Число организаций	Число сотрудников
Центральные и региональные органы власти	37	2 794
Связанные с ними организации	462	31 753
Общественные организации	26	3 822
Всего	525	38 369

Рис. 60

РАСХОДЫ ПРАВИТЕЛЬСТВА НА ПОДДЕРЖКУ МСБ В КОРЕЕ В 2001–2003 ГГ.

Расходы по видам организаций	2001	2002	2003
Администрация МСП	2 424 000	2 532 000	3 116 000
Министерство торговли, промышленности и энергетики	882 000	949 000	1 005 000
Министерство информации и связи	426 000	315 000	298 000
Всего, тыс. долл. США	4 514 000	4 704 000	5 438 000

Рис. 61

был связан с развитием предпринимательства, ростом размеров фирм и их активной интернационализацией. Наиболее интересно то, что вся ирландская система поддержки МСБ направлена на рост малых компаний. (Рис. 62)

В течение 1949–1984 гг. (начальный этап развития) в стране происходило формирование инфраструктуры и органов, отвечающих за экономическое развитие. Результаты этого этапа определили основные особенности дальнейшего развития и современного состояния системы взаимоотношений в политике развития ирландского бизнеса. В частности, были созданы два агентства и одна корпорация, которые постепенно разделили сферы своей ответственности по региональному принципу (это разделение сохраняется до сих пор). В 1984 г. с программы льготного финансирования Business Expansion Scheme началось формирование системы поддержки именно малого бизнеса, которое продолжалось 10 лет и завершилось созданием Отдела малых фирм и сферы услуг (позже был переименован в Отдел малых и средних фирм)

Министерства предприятий, торговли и занятости (DETE).

На следующем этапе политика приняла более современную форму и способствовала росту малых компаний. В 1998 г. было создано специальное экономическое агентство Enterprise Ireland, которое должно было на платной и бесплатной основе организовывать финансовую помощь, оказывать индивидуальные консультационные услуги и содействие в развитии любого фирмам численностью занятых более 10 человек (за исключением тех, которые были расположены в зонах ответственности Shannon Development и Агентства развития кельтских ирландских провинций). С течением времени это агентство сосредоточилось на оказании услуг малым и средним фирмам.

Современный этап развития политики поддержки связан с принятием в 2003 г. Соглашения о социальном партнерстве, в котором в качестве целей указаны упрощение регулирования бизнеса и повышение качества системы органов его поддержки. (Рис. 63)

ЭВОЛЮЦИЯ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ИРЛАНДИИ



Рис. 62



ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В ИРЛАНДИИ

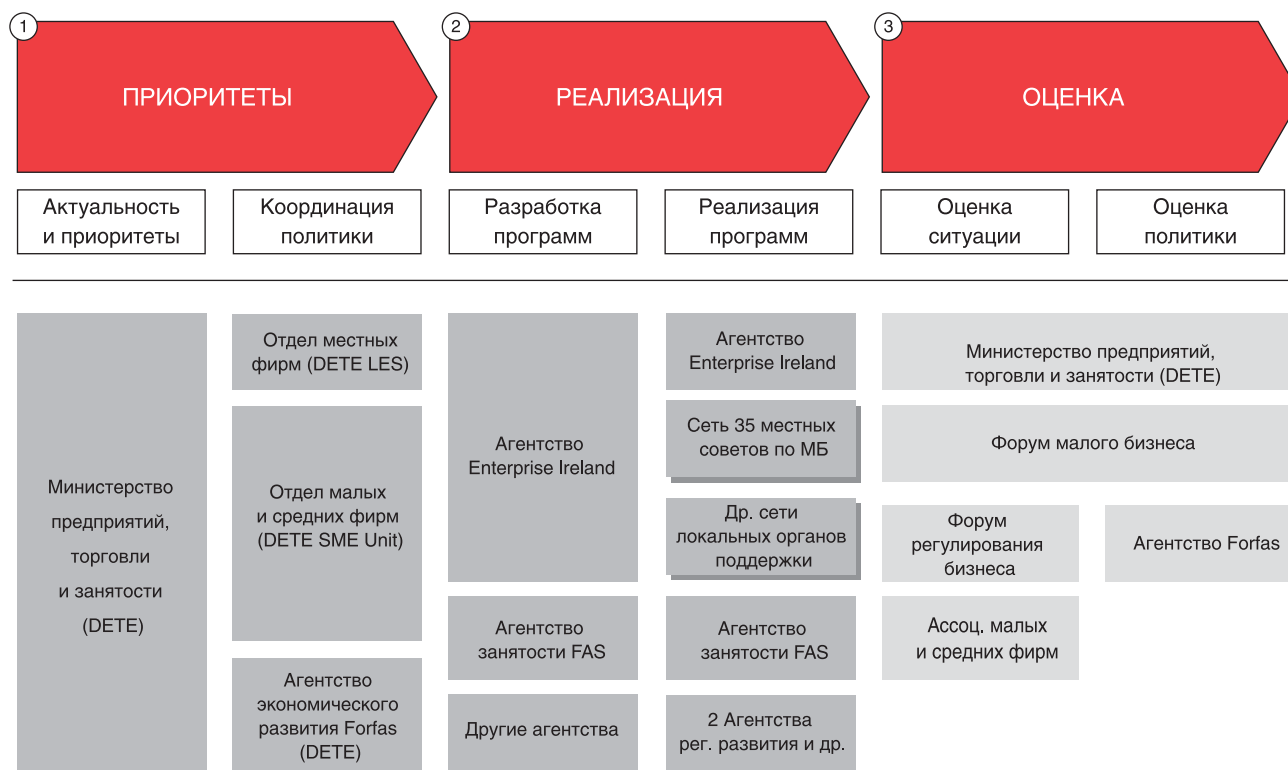


Рис. 63

Сегодня приоритеты в сфере развития малого бизнеса определяет Министерство предприятий, торговли и занятости. Координацией поддержки занимаются его подразделения: Отдел местных фирм (координирует и контролирует работу сети Местных советов по малому бизнесу), Отдел малых и средних фирм и Агентство экономического развития Forfas, в задачи которого входит координация деятельности всех агентств экономического развития, в том числе Enterprise Ireland. Основным органом правительства, разрабатывающим программы поддержки МСБ, является Enterprise Ireland, но помимо него собственные программы есть у Агентства занятости FAS, а также у отраслевых и региональных агентств.

Оценкой ситуации занимаются сегодня Министерство предприятий, торговли и занятости (DETE). Специально созданы Форум малого бизнеса при Министре, а также Форум регулирования бизнеса (также при Министре) и Ассоциация малых и средних фирм Ирландии. Кроме того, регулярная оценка политики экономического развития (по заказу соответствующих органов правительства) входит в функции агентства Forfas. (Рис. 64)

В структуре органов правительства на самом высшем уровне находятся два представительских форума, которые отчитываются перед Министром

предприятий, торговли и занятости. В целом сложность системы поддержки отражает обширность функций и сложность структуры самого Министерства. Развитие малого и среднего бизнеса является одним из приоритетных направлений экономической политики, важность которого возрастала в течение последних 20 лет. Программы развития предпринимательства реализуются разными агентствами, но основная часть программ сегодня реализуется через Enterprise Ireland и через систему местной поддержки микрофирм.

Направления и масштабы поддержки предпринимательства и МСБ

По каждому ключевому направлению политики действует целый набор программ. В направлениях комплексной поддержки МСБ и предпринимательства следует выделить развитие человеческого капитала (через стимулирование программ предпринимательского образования) и развитие высоких технологий (через систему венчурного финансирования, специализированную инфраструктуру, налоговые и др. льготы). (Рис. 65)

Основной мотив стимулирования малого и среднего бизнеса в Ирландии является традиционным – признание ограниченности ресурсов малых фирм,

ОРГАНЫ ПОДДЕРЖКИ МСБ В СТРУКТУРЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА ИРЛАНДИИ

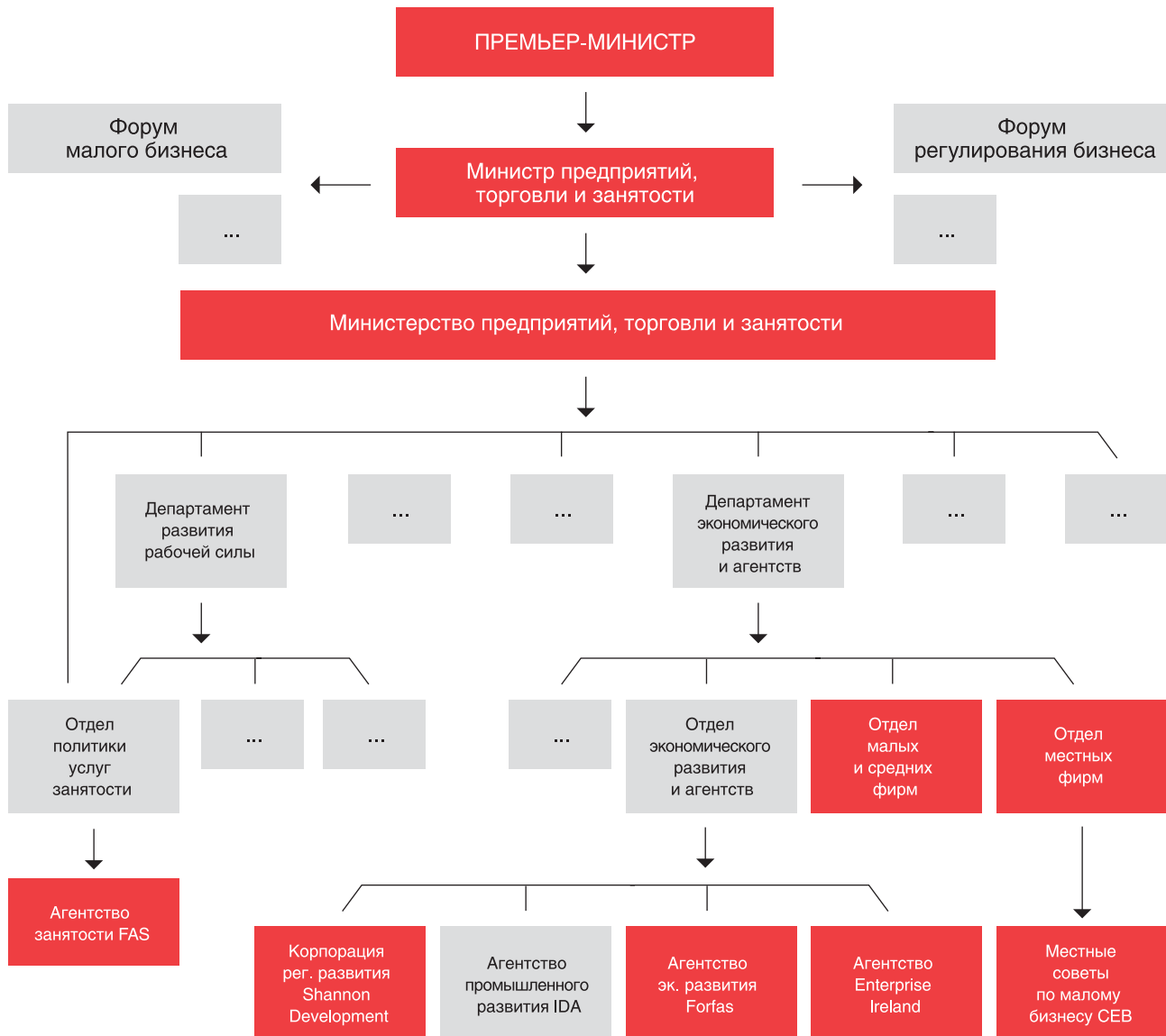


Рис. 64

значения их благосостояния и роли в создании новых рабочих мест, а также вклада в рост производительности. Реализацией политики, которая продиктована этим мотивом, занимаются несколько агентств, важнейшее из которых – Enterprise Ireland.

В первой половине 1998 г. в результате изменения приоритетов правительственной политики был предпринят анализ процесса разработки и исполнения промышленной политики, в том числе анализ функций некоторых агентств. По результатам анализа было решено ликвидировать два агентства (Forbairt и An Bord Trachtala), передав их функции (а также

часть функций FAS по развитию бизнеса) новому агентству Enterprise Ireland с более широкими полномочиями. 23 июля 1998 г. агентство было организовано и начало создание разветвленной системы своих офисов. Начиная с 2000 г. его политика формировалась в рамках трехлетних планов, каждый из которых имел определенное стратегическое направление. *Первый план* был посвящен упрощению комплекса программ поддержки (это и было изначальной целью создания агентства) и стимулированию экспорта (продолжение политики роста фирм). *Второй план* был направлен на восполнение пробелов



КОМПЛЕКСНАЯ ПОЛИТИКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ИРЛАНДИИ



Рис. 65

в системе ресурсной поддержки развития предпринимательства. (Рис. 66, 67)

В 2004 г. были созданы специальные подразделения в структуре агентства – Отдел роста малого бизнеса и международного маркетинга и Отдел быстрорастущих фирм. Агентство имело «клиентскую структуру»: каждый отдел занимался поддержкой определенной группы компаний или оказывал определенные формы поддержки. В 2005 г. агентство приняло более совершенную (матричную) структуру с целью повысить качество координации деятельности отделов, которых стало слишком много.

Сегодня Агентство является органом, оказывающим весь комплекс услуг по развитию бизнеса по принципу «одно окно».

Функции контроля государственной политики по развитию малого бизнеса выполняют несколько организаций, но самой важной из них является Форум малого бизнеса. Эта организация имеет достаточно сложную предысторию своего возникновения, которая помогает понять причины ее создания и роль в развитии политики.

В 1994 г. правительство Ирландии создало Группу по изучению малого бизнеса, задачами которой было исследовать состояние малого бизнеса в Ирландии и выработать политические рекомендации. В 121 рекомендации, которые были сформулированы в Отчете этой группы, помимо проблем системы финансирования развития МСБ и административных барьеров рассматривались и проблемы политического плана: в тот период отсутствовали органы правительства, которые

были бы ответственны за развитие малого бизнеса и могли бы контролировать исполнение рекомендаций Форума.

К марту 1999 г. были выполнены 91 из 121 рекомендации. В июне 1994 г. в целях обеспечения соблюдения интересов развития МСБ в правительстве был создан Отдел малого бизнеса и услуг Министерства предприятий, торговли и занятости. В марте 1995 г. для представления интересов малых фирм и совершенствования законодательства по его регулированию был создан Объединенный комитет Парламента Ирландии по малому бизнесу и услугам. В сентябре 1995 г. был создан Форум малого бизнеса и услуг, который контролировал выполнение рекомендаций Группы по изучению малого бизнеса.

В апреле 1999 г. этот Форум издал свой последний Отчет, в котором были подведены итоги деятельности правительства по развитию МСБ и констатировано исполнение всех возможных рекомендаций. Форум указал на необходимость разработки нового видения малого бизнеса, и в 2000 г. планировалось начать работу в новом качестве – на базе Форума малого бизнеса.

Но он не был создан, и в качестве восполнения пробела в 2002 г. Министерство предприятий, торговли и занятости организовало ежегодный Круглый стол малого бизнеса для мониторинга проблем и обсуждения текущих вопросов. Поскольку данная организация всё же не могла разработать новое видение малого бизнеса, 31 июля 2005 г. Министр предприятий, торговли и занятости объявил о создании

ОРГАНИЗАЦИЯ КЛЮЧЕВОГО ВЕДОМСТВА В ИРЛАНДИИ – ENTERPRISE IRELAND

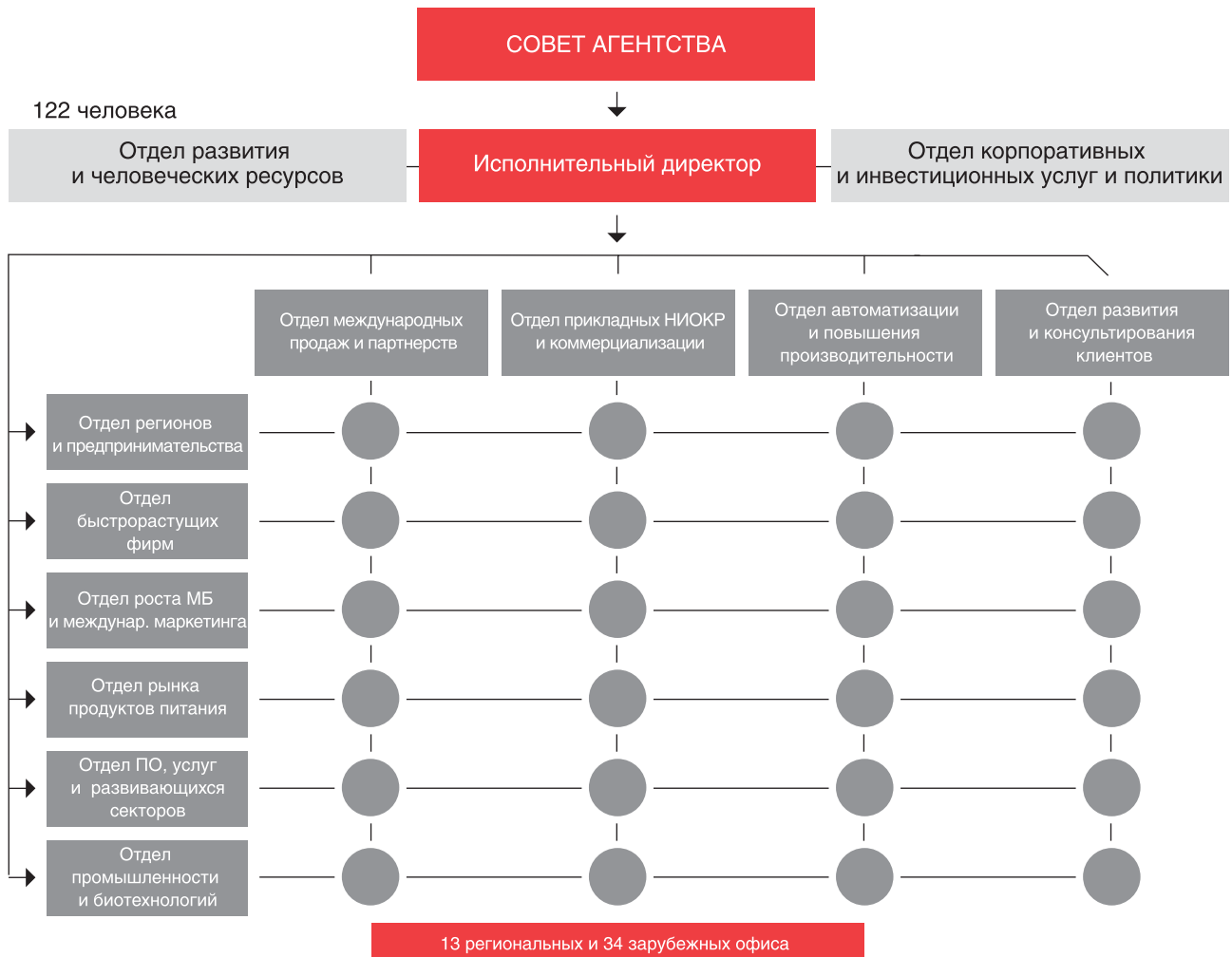


Рис. 66

РАЗВИТИЕ АГЕНТСТВА ENTERPRISE IRELAND



Рис. 67



ОРГАНИЗАЦИЯ ФОРУМА МАЛОГО БИЗНЕСА ИРЛАНДИИ



Рис. 68

Форума малого бизнеса с целью масштабного исследования текущей политики и разработки новых рекомендаций (отчет был издан 31 марта 2006 г.). Руководителем Форума был назначен глава Microsoft в Ирландии и 10 из 13 его участников являлись бизнесменами. Форум объявил о сборе рекомендаций – в ответ были получены 74 документа. Представленный Отчет должен был соответствовать разработанной аналогичным образом в 2004 г. Стратегии экономического развития, принятым Ирландией международным декларациям в данной сфере и современным направлениям политики развития малого бизнеса в Европе.

Одной из рекомендаций Отчета стала ликвидация Круглого стола малого бизнеса и передача функций мониторинга ситуации и наблюдения за реализацией рекомендаций самому Форуму. (Рис. 68, 69)

Кроме Enterprise Ireland важную роль в развитии МСБ играют 35 местных Советов по малому бизнесу. Их приоритеты – развитие местных микрофирм, начальное предпринимательское образование, предоставление микрозаймов и формирование культуры бизнеса. Координация деятельности с Enterprise Ireland гарантирована членством регионального представителя Агентства в местном Совете, а обеспечение общественных интересов – участием в нем Главы провинции или назначенного им личного представителя. (Рис. 70)

Прогресс развития малых фирм в Ирландии обеспечивался при одинаковом уровне финансирования. Ежегодные бюджетные расходы на поддержку

МСБ Агентства Enterprise Ireland составляли около 110–130 млн евро.

Всего же по программам агентства в 2002–2005 гг. на эти цели было израсходовано около 140–160 млн евро (сюда относится и часть расходов на персонал (консультантов) и другие расходы). Причем доля Программы развития науки, технологий и инноваций выросла до 50 % в 2005 г., что свидетельствует о внимании к инновационному потенциалу малых фирм в Ирландии. (Рис. 71)

Реформа регулирования в Ирландии

Движение по снижению бремени регулирования в Ирландии началось в 1990-х гг. с создания Рабочей группы по реформе регулирования. Сегодня на сокращение административных барьеров направлена Правительственная инициатива по совершенствованию регулирования (Better Regulation), стартовавшая в 2004 г. по инициативе Премьер-министра. Наиболее значимые результаты реформы:

- Повсеместное (с июня 2005 г.) применение правительственными органами анализа воздействия регулирования на бизнес (Regulatory Impact Analysis, RIA) и обязательная публикация RIA вместе с законодательными актами
- Создание в 2006 г. Межведомственной группы анализа регулирования (RIA Network), обеспечивающей распространение лучшего опыта

РАЗВИТИЕ ФОРУМА МАЛОГО БИЗНЕСА ИРЛАНДИИ



Рис. 69

БЮДЖЕТ АГЕНТСТВА ENTERPRISE IRELAND В 2001–2005 ГГ.

Статьи расходов	2001	2002	2003	2004	2005
Расходы на поддержку МСБ	136 668	120 900	110 525	107 175	130 288
Расходы на персонал	63 959	58 909	59 804	63 804	64 574
Прочие операционные расходы	40 381	36 712	33 302	31 564	33 583
Амортизация	32 907	50 167	26 423	23 532	16 366
Всего, тыс. евро	273 915	266 688	230 054	226 075	244 811

Данные: Enterprise Ireland (2007)

Рис. 70

ПОДДЕРЖКА МСБ СО СТОРОНЫ АГЕНТСТВА ENTERPRISE IRELAND В 2001–2005 ГГ.

Статьи расходов	2001	2002	2003	2004	2005
Развитие малых фирм	88 787	57 728	48 439	42 869	49 629
Венчурные и др. инвестиции	71 308	36 621	37 294	41 933	29 579
Развитие науки и технологий	47 881	63 172	62 719	64 306	80 659
Всего, тыс. евро	209 554	157 521	148 411	149 108	159 867

Данные: Enterprise Ireland (2007)

Рис. 71



- Проведение в апреле 2006 г. Опроса о регулировании (Business Regulation Survey)²¹ с целью измерить бремя административных барьеров на бизнес и выявить специфические источники проблем регулирования

Основными двигателями реформы являются:

- Группа по реформе регулирования (Better Regulation Group) при Премьер-министре Ирландии
- Отдел реформы регулирования при Администрации Премьер-министра (Business Regulation Unit, Department of the Taoiseach)
- Межведомственная группа анализа регулирования
- Форум регулирования бизнеса (Business Regulation Forum) при Министре предприятий, торговли и занятости

Группа по реформе регулирования руководит ходом реформ. Отдел реформы регулирования обеспечивает внедрение стандартов и обучение сотрудников правительственных органов. Межведомственная группа анализа регулирования, помимо распространения лучшего опыта, в случае необходимости (проведение сложного анализа) предоставляет исполнительной власти услуги экономистов-консультантов по RIA. Форум регулирования бизнеса обеспечивает участие частных компаний в процессе реформ, исследует существующее регулирование бизнеса и разрабатывает рекомендации по его улучшению.

Форум состоит из 23 человек – чиновников, бизнесменов и экспертов. В марте 2007 г. Форум издал отчет, в котором предложил методологию измерения и сокращения административной нагрузки на компании и рекомендации по разработке плана действий. По оценкам Форума, эффект от реализации стратегии сокращения бремени регулирования для ирландского бизнеса может превысить 500 млн евро.

При выполнении проектов все упомянутые выше органы взаимодействуют между собой. Так, при проведении Опроса о регулировании Группа по реформе регулирования сформировала наблюдательный совет проекта, Отдел реформы регулирования координировал ход исследования, совместное создание и публикацию отчета, а Форум регулирования бизнеса помогал разрабатывать анкету для Опроса.

Ирландская инициатива является органичной частью общеевропейского движения за совершенствование регулирования. Старт этапу реформ в стране был дан в 2001 г. по результатам оценки OECD среды регулирования в Ирландии. Весной 2005 г. тема реформы регулирования в Европе стала центральной в обновленной Лиссабонской стратегии. 24 января 2007 г. Еврокомиссия приняла программу действий, целью которой стало сокращение административных барьеров, создаваемых актами Евросоюза, на 25 % к 2012 г. Аналогичные цели в национальном масштабе поставили перед собой Австрия, Великобритания, Дания и Нидерланды. Для измерения бремени административных барьеров страны используют в основном «Модель стандартных издержек» (Standard Cost Model, SCM), которая позволяет определить нагрузку на национальную экономику, возникающую при усилении требований к компаниям по предоставлению информации о своих бизнес-процессах²².

4.4. КАНАДА

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

Развитие системы поддержки предпринимательства началось (как и в Ирландии) с создания Банка промышленного развития, принятия Закона о займах для малого бизнеса и развития региональных агентств. Тогда же в Канаде появляется определение малого бизнеса, очень похожее на российское. Критерием отнесения предприятия к группе малых в Канаде является численность занятых – 100 человек в обрабатывающей промышленности и 50 человек во всех остальных отраслях. Однако в Канаде, в отличие от России, были определены и средние предприятия: фирмы с числом занятых не более 499 человек и ежегодной выручкой не более 50 млн кан. долл. (Рис. 72)

Система поддержки малых и средних предприятий в Канаде формировалась с учетом ее специфики – большой территории, двух государственных языков (английский и французский) и небольшого числа регионов, различия между которыми огромны. Сегодня эта система в очень сильной степени ориентирована на инициативу регионов и их самостоятельную роль

²¹ Исследование проводил Институт экономических и социальных исследований (Economic and Social Research Institute, ESRI) по заказу Администрации Премьер-министра. Оно включало в себя две серии интервью и опрос, в котором приняли участие более 830 руководителей компаний. Опрос показал, что компании в целом положительно относятся к регулированию и к регулирующим органам, с которыми они наиболее часто взаимодействуют. Регулирующие акты и требования их исполнения справедливы и понятны, по мнению 55 % компаний.

²² В следующих странах модель полностью или частично используется, либо проводятся пробные исследования: Австрия, Бельгия, Великобритания, Венгрия, Германия, Дания, Ирландия, Италия, Нидерланды, Новая Зеландия, Польша, Финляндия, Франция, Швеция, Чехия, Эстония.

ЭВОЛЮЦИЯ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КАНАДЕ



Рис. 72

в развитии МСБ. Но с 1993 г. координацией промышленной политики и политики в области малого бизнеса занимается Министерство промышленности Канады (Industry Canada), сменившее Министерство промышленности, науки и технологий.

В структуре министерства за разработку и реализацию программ поддержки МСБ отвечает Отдел политики в области малого и среднего бизнеса. Также программы разрабатывают: отраслевые агентства и министерства (Agriculture and Agri-Food Canada, Industry Canada), федеральные организации по развитию международной торговли (Canadian International Development Agency, Export Development Canada, Ministry of Foreign Affairs and International Trade), территориальные агентства (FEDNOR, Indian and Northern Affairs Canada, Western Economic Diversification, Atlantic Canada Opportunities Agency, Canada Economic Development for Quebec Regions). (Рис. 73)

Программы реализуют Министерство иностранных дел и международной торговли, Канадский Банк развития бизнеса, Агентство развития канадского экспорта и другие органы, реализующие специальные аспекты поддержки. Например, поддержка МСБ через механизм государственных закупок обеспечивается

Службой малого и среднего бизнеса Министерства общественных работ и услуг правительства. Эта Служба информирует и консультирует МСБ – потенциальных поставщиков товаров и услуг для правительства, предоставляет для них тренинговые услуги по работе с системой государственных закупок, а также сотрудничает с ними в части совершенствования политики в области закупок и обеспечения интересов МСБ.

На региональном уровне программы реализуются через территориальную систему поддержки, в том числе через 13 региональных Центров обслуживания малого бизнеса программы «Бизнес Канады» (Canada Business) – по одному в каждой провинции (территории). Эти центры управляются Министерством промышленности и тремя федеральными Агентствами регионального развития:

- Диверсификация экономики Запада (Western Economic Diversification)
- Агентство экономических возможностей регионов Атлантической части Канады (Atlantic Canada Opportunities Agency)
- Экономическое развитие Квебека (Canada Economic Development for Quebec Regions)



ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В КАНАДЕ

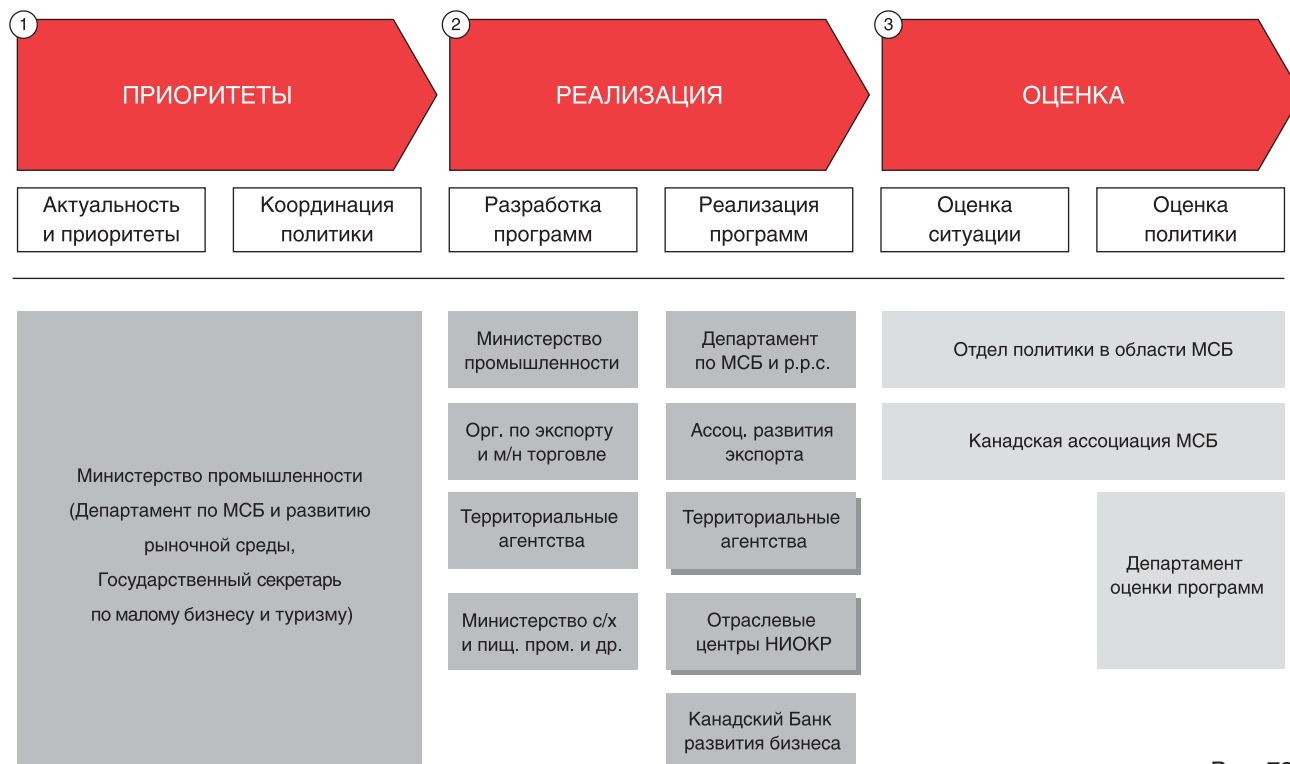
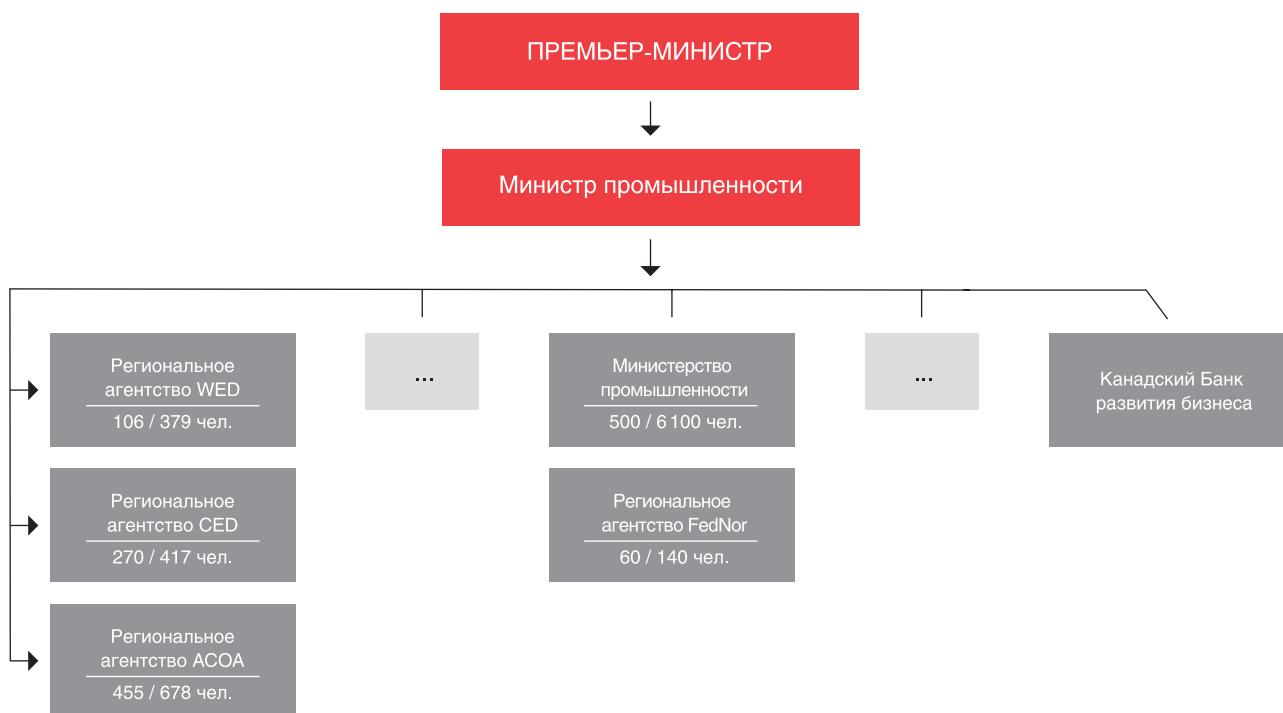


Рис. 73

ОРГАНЫ ПОДДЕРЖКИ МСБ В СТРУКТУРЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА КАНАДЫ



* Для каждого агентства приведены общая численность сотрудников и численность сотрудников, занятых развитием предпринимательства и МСБ

Рис. 74

Региональная сеть поддержки под управлением этих организаций включает в себя 244 местных корпорации развития бизнеса (Community Business Development Corporations, Community Futures Development Corporations и др.).

Также в реализации программ участвует агентство «Федеральная инициатива по экономическому развитию северного Онтарио» (FedNor, в составе Министерства промышленности). (Рис. 74)

Функции поддержки малого бизнеса децентрализованы таким образом, что интересы малых фирм представлены во всех органах правительства, управляющих развитием экономики (Industry Portfolio). Положительным результатом такой организации является в целом хорошее согласование научно-технической (инновационной) политики, промышленной политики, политики регионального развития и внешнеторговой политики. Но это вызывало некоторые сложности в управлении программами, и в 2006 г. произошла реорганизация Департаментов Министерства промышленности, приведшая к росту централизации функций поддержки МСБ и контроля эффективности этих программ.

Направления и масштабы поддержки предпринимательства и МСБ

Система программ поддержки малого и среднего бизнеса в Канаде включает в себя набор основных

программ и совместных программ. *Реализация основных программ* поручена отделам Министерства промышленности или другим организациям, которые специально были созданы с целью реализации этих программ. *За реализацию совместных программ* непосредственно отвечают советы представителей сразу нескольких агентств / министерств, которые совместно руководят их исполнением. К числу таких программ относятся программа (и ассоциация) Team Canada – система региональных и локальных центров инкубации бизнеса, а также поддерживающая их интегрированная система «Бизнес Канады», управляемая совместно Министерством промышленности и агентствами развития территорий. Комплекс этих программ охватывает все семь ключевых факторов развития предпринимательства и МСБ. (Рис. 75)

Система реализации комплексной политики построена на взаимодействии нескольких организаций. В Агентствах регионального развития поддержка МСБ в той или иной форме является одной из основных целей, тогда как в министерствах – целью второго или третьего уровня. Обычно развитие предпринимательства представлено на уровне стратегических приоритетов. Так, Министерство промышленности и Министерство финансов координируют политику в рамках Соглашения о приоритетах в области развития МСБ. В Министерстве промышленности тремя основными целями («стратегическими результатами») являются:

КОМПЛЕКСНАЯ ПОЛИТИКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КАНАДЕ

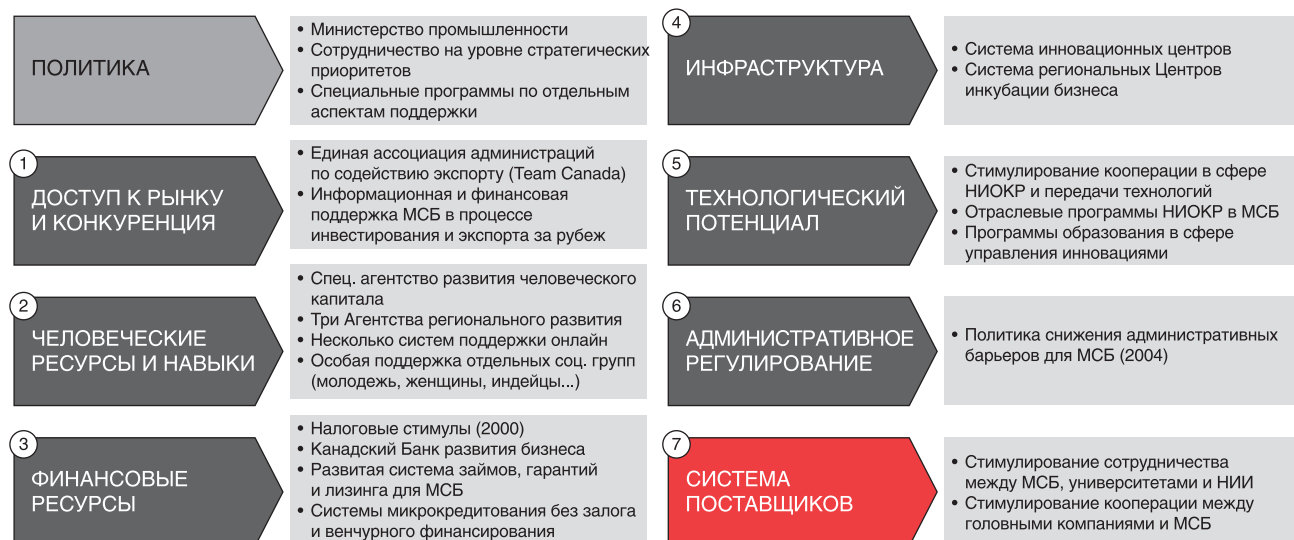


Рис. 75