

УДК 332.1 : 334.7

## **ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**Г.К. Лапушинская, Т.Ю. Баженова,**

Тверской государственной университет, г. Тверь, Россия

В статье рассматриваются проблемы информированности предприятий малого и среднего бизнеса о мерах региональной политики поддержки предпринимательства. Выявление уровня информированности позволяет органам власти выбрать наиболее востребованные малым и средним бизнесом мероприятия по государственной поддержке и повысить их результативность.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, государственная поддержка предпринимательства, информированность бизнеса о мерах государственной поддержки.

Повышение деловой активности на территории, непосредственно связанное с расширением и успешным функционированием малого и среднего предпринимательства (МСП) – одно из важных направлений в государственном управлении социально-экономического развития региона. Данное направление ориентировано не только на развитие конкуренции и увеличение вклада предприятий МСП в валовой региональный продукт (ВРП) и в налоговую часть доходов бюджета, но и с расширением занятости и самозанятости населения, повышением уровня жизни людей.

Однако начинающие предприниматели и предприятия МСП не всегда имеют достаточно ресурсов для успешного старта или расширения бизнеса, для получения кредитов и их последующего погашения, для реальной конкуренции с крупным бизнесом и давно функционирующими на региональных рынках компаниями. Именно поэтому они нуждаются в различных видах государственной поддержки (в информационной, материальной, финансовой).

Осуществление господдержки должно обеспечивать эффект, который орган власти субъекта РФ, отвечающий за реализацию такой поддержки, определил, как плановые результаты по данным мероприятиям в своей государственной программе. В качестве результативных показателей может быть использовано, например, количество вновь созданных предприятий и рабочих мест. Эффективность государственной поддержки МСП может оцениваться также и через динамику доли сектора МСП в ВРП.

Региональные органы власти могут разрабатывать и реализовывать разнообразные формы государственной поддержки бизнеса на своей территории - проводить консультации и образовательные семинары, конкурсы, вводить упрощающие условия для ведения бизнеса (например, предоставлять при получении кредита госгарантии или поддерживать кредитование по сниженному проценту, вводить надзорные каникулы и т.п.), но эти формы поддержки не будут востребованы или не будут результативными, если они не будут востребованы, т.е. представители МСП о них не знают или считают невозможным ими

воспользоваться (неудобными, затратными, не нужным в рамках выбранной стратегии развития бизнеса). Именно поэтому для региональных органов власти так важно двустороннее информационное взаимодействие с представителями МСП:

- органы власти заинтересованы в выявлении ожиданий от государственной поддержки со стороны МСП и определении наиболее востребованных форм такой поддержки;

- представители МСП ориентированы не только на реальную, необходимую поддержку со стороны органов власти территории, но и на ее доступность.

Таким образом, обеспечение информационной открытости государственной поддержки предпринимательства в регионе является необходимым условием ее успешной реализации.

Безусловно, открытость информации о мерах поддержки МСП предполагает неукоснительное выполнение органами власти требований Федерального закона от 9 февраля 2009 г. (в действующей редакции) № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». Однако выполнение данных норм законодательства отражает лишь вопросы размещения органами власти информации в открытом доступе (в сети Интернет на своем официальном сайте или на сайте специально создаваемой инфраструктуры поддержки на территории), но не характеризует восприятие ее доступности со стороны представителей МСП (простоту поиска, активность продвижения, используемые каналы продвижения и т.п.).

Подходы к оценке информационной открытости региональной политики поддержки предпринимательства необходимо осуществлять, опираясь на выявление восприятия данной информации субъектами предпринимательства.

Проведенное авторами исследование, затрагивающее достаточно продолжительный временной промежуток – 2008-2017 гг., позволяет проследить изменения в информированности бизнеса о мерах господдержки МСП в Тверской области [2]. Анализ осуществлен на основе данных Росстата [1] и Министерства экономического развития Тверской области о госпрограммах, реализуемых в сфере поддержки МСП и отчетов об их реализации, а также на основе НИР «Проведение социологического исследования хозяйствующих субъектов по оценке инвестиционного климата Тверской области», осуществленных авторами в 2009 и 2010 гг. по заказу Департамента экономики Тверской области, НИР «Оценка условий ведения предпринимательской деятельности в Тверской области» проведенных в 2017 и январе 2018 гг. в интересах Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Тверской области.

Проведенное в 2008 г. анкетирование представителей МСП позволило установить, что почти половина (46,2%) респондентов не получали государственную поддержку, в первую очередь, по причине недостаточности информации (рисунок 1): из них 83,3% указывали на отсутствие представления о возможных видах поддержки, а 16,7% не знали процедурных вопросов обращения за помощью.

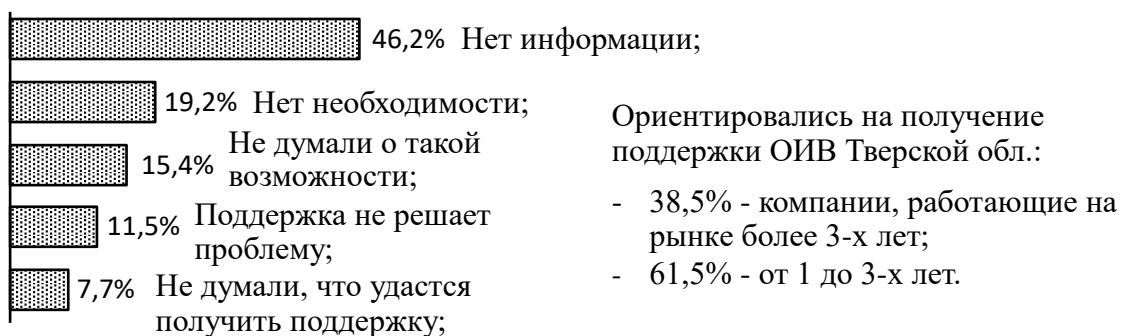


Рисунок 1 - Восприятие субъектами малого и среднего предпринимательства господдержки МСП в Тверской области в 2008 г.

Недостаточная информированность представителей МСП в этот период могла быть обусловлена в частности тем, что до 2008 года не существовало Закона Тверской области от 22.05.2008 № 67-ЗО «О государственной поддержке инвестиционной деятельности в Тверской области», а, следовательно, государственная поддержка не велась системно и комплексно.

Второй по значимости причиной являлось отсутствие необходимости в поддержке органов власти: к решению проблем самостоятельно, своими силами стремилось 19,2% респондентов.

Необходимо отметить, что 23,1% респондентов не думали о возможности воспользоваться господдержкой или не рассчитывали, что ее удастся получить.

На получение поддержки органов власти наиболее ориентированы были компании, работающие на рынке менее 3-х лет (рисунок 1).

Наиболее часто (25,6% респондентов) компании ожидали получить от государства помощь при решении проблем кредитования и финансирования, в том числе при необходимости обеспечения кредита залогом, при решении вопросов поручительства или гарантии, получения субсидии на приобретение оборудования или выкуп помещения, погашении процентов по кредиту.

Проблемы аренды или лизинга на землю, за помощью в решении которых субъекты МСП хотели бы обратиться к органам власти Тверской области, интересовали 10,3% респондентов. При этом представители бизнеса отмечали сложность процедур аренды помещений, получения прав или лизинга на землю, высокие арендные ставки, высокие ставки оплаты за пользование землей.

В 2009 году стартуют Фонд содействия развитию венчурных инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства в научно-технической сфере Тверской области и запускается реализация долгосрочной целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства Тверской области на 2009-2013 годы». При этом 40% компаний, участвовавших в опросе, несмотря на проявление кризисных процессов 2009 г., отметили улучшение государственной поддержки бизнеса в Тверской области, еще 40% затруднились оценить изменения, и лишь 20% отметили ухудшение господдержки.

К основным проблемам, сдерживающим развитие бизнеса в этот период были отнесены в основном макроэкономические факторы. Каждая вторая из опрошенных компаний (50,0%) не была готова к получению кредита для развития бизнеса в коммерческих банках и ориентировалась на поддержку государства. В то же время 30,6 % компаний указали на отсутствие потребности в субсидии. При этом основная причина неполучения субсидии компаниями снова заключалась в недостаточности информации (60% ответов), каждый пятый респондент (20%) не предполагал, что удастся получить субсидию.

В 2012 году инфраструктура господдержки МСП существенно расширилась, уже действуют:

- Фонд содействия кредитованию малого МСП;
- Венчурный фонд;
- ГАУ «Тверской областной бизнес-инкубатор»;
- Старт-Ап Фонд.

При этом на базе венчурного фонда начинают функционировать:

- Тверской областной центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов МСП;
- Евро Инфо Корреспондентский Центр Тверской области.

Но, несмотря на существенное расширение инфраструктуры господдержки на территории региона, каждый четвертый респондент-представитель МСП (25,5%) указал, что его компания рассчитывает только (рисунок 2), еще 6,2% респондентов посчитали, что «не мешать» развитию малого бизнеса – это лучшая поддержка со стороны органов власти региона. То есть почти третья часть (31,8%, рис. 2) опрошенных не планировала воспользоваться государственной поддержкой бизнеса.

Не ответили	43,8%	} 31,8%
Никакой	25,5%	
Не мешать	6,3%	
Налоговые преференции	7,2%	
Финансовая помощь	7,2%	
Информационная поддержка	4,8%	

Рисунок 2 - Ожидаемая малым и средним бизнесом поддержка со стороны органов власти в 2012 г.

Среди форм необходимой господдержки в 2012 г. респонденты наиболее часто отмечали налоговые преференции (7,2%), которые они связывали с уменьшением налогов, предоставлением налоговых каникул, освобождением от дополнительных сборов.

На получение субсидии, льготного кредитования под старт-ап, как форм финансовой поддержки со стороны органов власти были ориентированы лишь 7,2% респондентов.

В 2017 г. представителям МСП наиболее известны следующие виды поддержки: возмещение затрат на приобретение оборудования и модернизацию производства (известно 22,7% респондентов), возмещение затрат по уплате процентов по кредитам (22,1%), консультационные и обучающие виды поддержки (15,3%) (рисунок 3).

Предоставление микрозаймов субъектам малого и среднего предпринимательства	5,8%	
Предоставление поручительств по кредитным, лизинговым договорам, договорам банковской гарантии	12,0%	
<b>Программа "Ты - предприниматель"</b>	} 15,3%	– знают о консультационных и обучающих видах поддержки:
<b>Развитие молодежного предпринимательства</b>		
Поддержка начинающих субъектов молодежного предпринимательства (до 30-ти лет)	13,7%	6,2% - консультации и обучение;
Возмещение затрат по уплате процентов по кредитам	22,1%	5,2% - только обучение
Возмещение затрат по уплате процентов по лизинговым договорам	11,4%	4,0% - только консультации.
Возмещение затрат на приобретение оборудования и модернизацию производства	22,7%	
Развитие внешнеэкономической деятельности	1,6%	

Рисунок 3 - Виды господдержки, известные представителям МСП в 2017 г.  
(в процентах от общего количества респондентов)

Напрямую вопросы о программе «Ты-предприниматель» и поддержке молодежного предпринимательства не задавались, однако о существовании таких форм поддержки, как информационно-консультационная или обучающая знают 15,3% респондентов, при этом лишь 6,2% участников опроса знают о существовании одновременно обоих видов поддержки.

При этом о возможности получения поддержки развития внешнеэкономической деятельности и микрозаймов субъектами МСП знает наименьшая доля респондентов (1,6% и 5,8% соответственно).

Необходимо отметить, что остается высокой доля респондентов (22,9%), которые затрудняются указать какие из перечисленных мер поддержки бизнеса, реализуемые в Тверской области, ему известны.

Анализ ответов представителей бизнеса на вопрос о том кому Правительство Тверской области оказывает поддержку позволил выявить следующий дисбаланс восприятия информации (рисунок 4):

- практически никто из представителей малого и среднего бизнеса (0,5% и 0% соответственно) не считает, что господдержка оказывается преимущественно им;
- 11,4% малых предприятий и 16% средних полагают, что поддерживается только крупный бизнес.
- каждая третья (33,3%) крупная компания думает, что помощь получает в основном средний и малый бизнес;

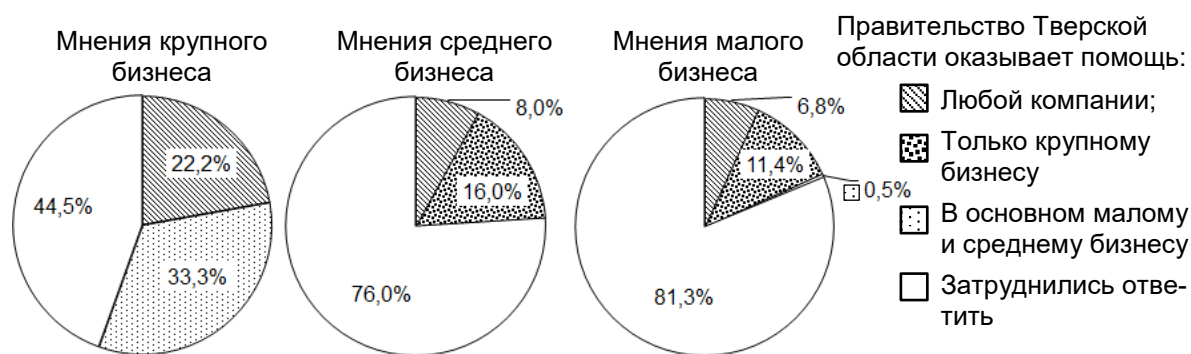


Рисунок 4 - Мнения компаний о том, кому оказывает поддержку Правительство Тверской области в 2017 г.

Таким образом, из всех опрошенных представителей компаний:

- лишь 7,2% считают, что органы власти Тверской области помогают предприятиям любого размера.
- 12,6% в целом не соотносят господдержку с собственным бизнесом, а считают, что она оказывается кому-то другому.

Плохая информированность предпринимателей, снижающая результативность мер по государственной поддержке МСП, выявлена и в январе 2018 г. В 2015-2018 годах применяется временная мера – надзорные каникулы, связанная с тем, что в период их действия контролирующие органы должны будут воздержаться от проведения плановых проверок в отношении микропредприятий и малых предприятий (рисунок 5). Не подпадают под надзорные каникулы те малые предприятия, которые в течение трех предшествующих лет подвергались административному наказанию за грубое нарушение законодательства, дисквалификации (в случае с ИП), приостановлению деятельности или были лишены лицензии.

Однако больше половины компаний, участвовавших в опросе, (60,2%, рис. 5) не могут сказать уверенно подпадает их компания под надзорные каникулы или нет, из них 62,0% являются микро- и малыми предприятиями, а значит могут относиться с объектам, на которые распространяются надзорные каникулы.

Кроме того, каждый четвертый (24,0%) респондент, заявивший, что его компания не подпадает под действие надзорных каникул, соответствует требованиям по их применению. То есть для большей части микро- и малых предприятий низкая информированность приводит к неиспользованию предоставленной возможности снижения административной нагрузки на бизнес.

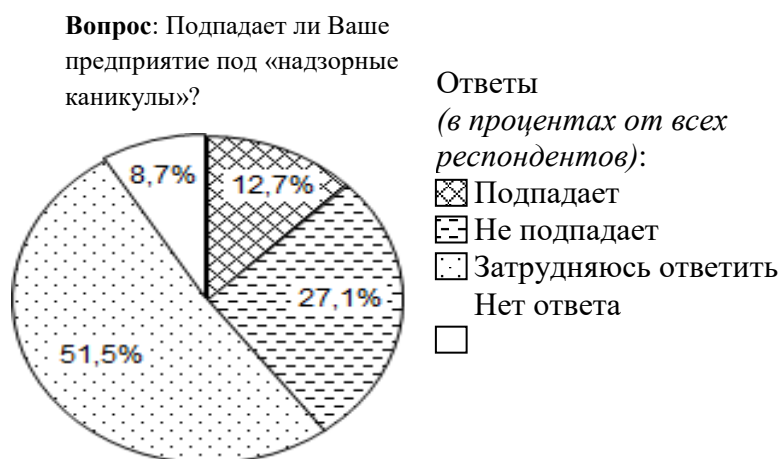


Рисунок 5 - Распределение ответов респондентов на вопросы о том, подпадает ли их предприятие под «надзорные каникулы» (исследование января 2018 г.)

В результате невелика доля респондентов, использующих возможности получения информационно-справочной поддержки: только треть опрошенных (33,4%) знают о публичных консультациях, регулярно проводимых органами государственного контроля (надзора) по результатам своей деятельности, и лишь четверть (26,4%) пользовались автоматизированной системой «Единый реестр проверок».

Низкая известность данных видов информационно-справочной поддержки может быть связана со следующими факторами:

- информация не содержит четких указаний для конкретного бизнесмена, а дает обобщенное представление планов, требований и результатов проверок;
- доступ к сети интернет затруднен, ограничен (например, недоступность или плохое качество связи в отдаленных сельских поселениях);
- люди не готовы (относятся с недоверием, не умеют) использовать интернет-ресурсы для взаимодействия с органами власти.

Низкое восприятие информационной открытости региональной политики поддержки предпринимательства представителями МСП приводит к низким оценкам инвестиционного климата и деятельности органов власти по осуществлению господдержки МСП на территории со стороны бизнеса: если о мерах не знают, то и оценивают их как отсутствующие меры.

Таким образом, выявленная недостаточная информированность представителей МСП о проводимой государственной поддержке на территории снижает результативность реализации подпрограммы 3 «Государственная поддержка предпринимательства и инновационной деятельности в Тверской области» Государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика Тверской области на 2014-2019 годы». Необходимо, как изменение форм продвижения информации, так и корректировка видов поддержки, ориентиру-

ясь на реализацию тех допустимых мер государственной поддержки, которые наиболее ожидаемы со стороны бизнеса.

### **Список использованных источников**

1. Малое и среднее предпринимательство в России – 2015 г. (и 2010 г.) стат. сб.: база данных [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: офиц. сайт. URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b15\\_47/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_47/Main.htm), [http://www.gks.ru/bgd/regl/b10\\_47/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_47/Main.htm) (дата обращения: 14.01.2018).

2. Лапушинская Г.К., Баженова Т.Ю. Глава 7. Оценка результативности региональной государственной поддержки малого и среднего бизнеса // Стратегическое развитие малого бизнеса и формы поддержки индивидуального предпринимательства [Электронный ресурс]: монография. Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 302 с.). - Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018. С. 165-201. URL: <http://scipro.ru/conf/monographbusiness.pdf> (дата обращения: 14.01.2018).

## **APPROACHES TO ASSESSING THE OPENNESS OF INFORMATION ON REGIONAL BUSINESS SUPPORT POLICIES**

**G.K. Lapushinskaya, T.Yu. Bazhenova**, Tver State University, Tver, Russia

The article deals with the problems of informing small and medium-sized enterprises about measures of regional business support policy. The government of the region should identify the level of knowledge of business information about state support. It is necessary to implement the most popular small and medium-sized business support measures. This will increase the effectiveness of the activities.

**Keywords:** small and medium business, state support of entrepreneurship, business awareness about measures of state support.

### *Об авторах:*

ЛАПУШИНСКАЯ Галина Константиновна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой государственного управления Тверского государственного университета, г. Тверь, Россия, e-mail: [Lapushinskaya.GK@tversu.ru](mailto:Lapushinskaya.GK@tversu.ru)

БАЖЕНОВА Татьяна Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры государственного управления Тверского государственного университета, г. Тверь, Россия, e-mail: [Bazhenova.TY@tversu.ru](mailto:Bazhenova.TY@tversu.ru)