



# СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	<b>3</b>
1.1. Краткая характеристика	3
1.2. Цели и задачи	3
1.3. Объект исследования (целевая группа)	3
1.4. География	4
1.5. Методология	5
1.6. Выборка	6
1.7. Динамические ряды	8
1.8. Сроки	8
<b>2. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ</b>	<b>9</b>
2.1. Характеристика компаний	9
2.2. Успешность развития бизнеса	10
2.3. Состояние деловой среды	10
2.4. Оценка административного влияния на бизнес	11
2.5. Оценка эффективности мер поддержки предпринимательства	12
2.6. Ожидания от 2014 года	16
2.7. Рекомендации для органов власти ЯНАО по развитию работы по поддержке малого и среднего бизнеса	17
<b>3. ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИЙ</b>	<b>19</b>
3.1. Статистическая информация	20
3.2. Оценка успешности бизнеса	26
3.3. Оценка различных аспектов собственной деятельности	32
<b>4. СОСТОЯНИЕ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ</b>	<b>34</b>
4.1. Сравнительная оценка условий для бизнеса	34
4.2. Оценка легкости выхода на рынок	37
4.3. Основные препятствия для развития малого и среднего предпринимательства	40
<b>5. ОЦЕНКА АДМИНИСТРАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ НА БИЗНЕС</b>	<b>42</b>
5.1. Оценка уровня административных барьеров	42
5.2. Оценка уровня коррупции и эффективности мер по борьбе с ней	47
<b>6. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕР ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b>	<b>50</b>
6.1. Оценка внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития малого и среднего предпринимательства	51
6.2. Виды помощи, получаемые со стороны органов власти в рамках программ поддержки малого и среднего бизнеса	54
6.3. Использование различных видов финансовой помощи	66
6.4. Оценка информационных ресурсов по поддержке малого и среднего бизнеса	69
<b>7. ОЖИДАНИЯ ОТ 2014 ГОДА</b>	<b>74</b>
7.1. Ожидания от 2014 года	74
7.2. Рекомендации к органам власти ЯНАО	77
<b>8. ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	<b>79</b>
8.1. Список иллюстраций и таблиц	79
8.2. Анкета исследования	81

## 1. ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### 1.1. Краткая характеристика

С 20 мая по 25 октября 2013 года Торгово-промышленная палата Ямало-Ненецкого автономного округа совместно с исследовательской компанией Topline Marketing & Consulting провела исследование, посвященное изучению комплекса показателей развития малого и среднего предпринимательства, а также эффективности мер по его развитию в ЯНАО.



### 1.2. Цели и задачи

#### Цель исследования:

Получение **достоверной информации об административном давлении** государства на развитие и функционирование бизнеса, изучение уровня восприятия коррупции в органах власти, а также выяснение **различных экономических показателей развития** субъектов малого и среднего предпринимательства и эффективности мер, принимаемых органами государственной власти и местного самоуправления.

#### Задачи исследования:

1. Определить **эффективность и достаточность мер государственной поддержки** малого и среднего предпринимательства;
2. Оценить применение **специальных режимов налогообложения** субъектами малого и среднего предпринимательства в зависимости от вида деятельности, численности работников, продолжительности деятельности на рынке;
3. Оценить **деловой климат** малых и средних предприятий;
4. Выявить **уровень восприятия коррупции и взяточничества** в территориальных органах федеральных органов власти, исполнительных органах государственной власти Ямало-Ненецкого автономного округа и органах местного самоуправления;
5. Определить **уровень восприятия административного давления** органов власти на деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства (мониторинг административных процедур, связанных с государственным контролем за предпринимательской деятельностью и контрольно-разрешительной деятельностью государственных и муниципальных органов, осуществляемой в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства).

### 1.3. Объект исследования (целевая группа)

Исследование было направлено на две целевые группы респондентов, представляющих малые и средние коммерческие предприятия:

- A. Собственники, руководители, заместители руководителей малых предприятий, предприниматели;
- B. Собственники, руководители, заместители руководителей средних предприятий.

Для определения типа (размера) предприятия использовалась классификация согласно следующим критериям<sup>1</sup>:

- **Малое предприятие** – количество сотрудников до 100 человек, размер выручки – до 400 млн. рублей в год;
- **Среднее предприятие** – количество сотрудников – от 101 до 250 человек, размер выручки – до 1 000 млн. рублей в год.

#### 1.4. География

Все городские округа и муниципальные районы Ямало-Ненецкого автономного округа.



Рис. 1. Районы проведения исследования

<sup>1</sup> Согласно Федеральному закону «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ, и Постановления Правительства Российской Федерации от 22 июля 2008 года, №556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».

## 1.5. Методология

Для наиболее эффективного решения задач исследования использовалась количественная методология.

Исследование проводилось в два этапа – массовый опрос методом телефонных интервью, в ходе которого респонденты интервьюировались по заранее согласованной с Заказчиком полуформализованной анкете.

### Исследование включало в себя два этапа:

1. Проведение массового опроса:
  - Этап являлся основным с точки зрения сбора информации и представлял собой массовое анкетирование представителей целевой группы по полуформализованной анкете. Всего было опрошено 300 респондентов.
  - Для увеличения отклика со стороны предпринимателей, заполнение анкеты осуществлялось в нескольких вариантах:
    - i. Интервью по телефону
    - ii. Заполнение электронной версии анкеты
    - iii. Отправка анкеты по факсу
    - iv. Отправка анкеты по электронной почте
2. Проведение дополнительного экспертного опроса для интерпретации полученных результатов:
  - a. Экспертные экспресс-интервью по методологии заочной экспертной оценки с 5 респондентами из разных областей деятельности с целью получения содержательных и глубоких оценок ситуации, а также уточнения интерпретации полученных результатов. Для экспертной оценки привлекались представители общественных организаций, вовлеченных в тематику развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в регионе, а также представители малого и среднего бизнеса, принимающие активное участие в обсуждении вопросов развития предпринимательства на территории ЯНАО:
    - i. Глебов В.Н. (Новый Уренгой) – предприниматель, экс-исполнительный директор некоммерческой организации «Новоуренгойский фонд развития предпринимательства»
    - ii. Стибачев Г.В. (Пуровский район) – предприниматель, председатель общественной организации «Союз предпринимателей Пуровского района»
    - iii. Степанов Н.В. (Красноселькупский район) – предприниматель, член Совета по предпринимательству
    - iv. Шишмарев М.В. (Салехард) – предприниматель, председатель Ямало-Ненецкого регионального отделения общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»
    - v. Литвин И.А. (Ноябрьск) – предприниматель, член Совета по предпринимательству
  - a. b. Экспресс-интервью проводились после получения и обработки данных количественного опроса и включали в себя несколько вопросов, связанных с мнением экспертов относительно эффективности мер развития малого и среднего бизнеса в регионе, а также рекомендаций относительно дальнейшего развития предпринимательства в округе. Интервью проводились в период с 5 по 15 июня 2013 г.

Таким образом, примененная методология включает в себя **целый набор основных научных методов исследования**, большинство из которых использовались на этапе анализа данных, а именно:

Основные методы:

- Социологические методы исследования (на этапе сбора данных)
- Статистические методы исследования (на этапе анализа данных)

Вспомогательные методы:

- Экономические методы анализа (на этапе анализа данных, при оценке взаимосвязи налогового режима и оценки успешности бизнеса, а также оценки финансового состояния компании)
- Стохастический факторный анализ (на этапе анализа данных, для проверки взаимосвязей между отдельными показателями, описывающими различные параметры делового климата ЯНАО)
- Метод заочной экспертной оценки (на этапе анализа данных, для верификации результатов количественного исследования и уточнения итоговых рекомендаций)

Использование данной методологии позволило получить научно обоснованные, репрезентативные и проверяемые результаты, к которым можно будет апеллировать в самых разных ситуациях. Данная методология хорошо зарекомендовала себя в ранее проведенных проектах и была высоко оценена респондентами, большинство из которых положительно отнеслись к факту проведения исследования.

## 1.6. Выборка

Выборка исследования включает в себя представителей малого и среднего предпринимательства всех муниципальных образований ЯНАО.

При формировании выборки учитывалась численность населения в соответствующих муниципальных образованиях ЯНАО, а также уровень экономической активности населения и общий экономический потенциал.

За счет соблюдения методологии построения выборки и отбора респондентов, итоговая выборка может рассматриваться как репрезентативная для всего малого и среднего бизнеса ЯНАО.

Таб. 1. Количество опрошенных респондентов массового опроса

Муниципальное образование	Малое предприятие	Среднее предприятие	Всего	% от выборки
Ноябрьск	60	2	62	20.7%
Новый Уренгой	57	3	60	20.0%
Салехард	40	3	43	14.3%
Надым	33	3	36	12.0%
Губкинский	20	5	25	8.3%
Муравленко	19	0	19	6.3%
Лабитнанги	15	3	18	6.0%

Муниципальное образование	Малое предприятие	Среднее предприятие	Всего	% от выборки
Тарко-Сале	12	2	14	4.7%
Надымский р-н	2	3	5	1.7%
Шурышкарский р-н	4	1	5	1.7%
Пуровский р-н	3	1	4	1.3%
Тазовский р-н	3	0	3	1.0%
Красноселькупский р-н	1	2	3	1.0%
Приуральский р-н	2	0	2	0.7%
Ямальский р-н	1	0	1	0.3%
<b>ИТОГО</b>	<b>272</b>	<b>28</b>	<b>300</b>	<b>100.0%</b>

### **1.7. Динамические ряды**

Данное исследование представляет собой шестую волну мониторинга (первые пять проводились в 2008, 2009, 2010, 2011 и 2012 гг. соответственно и обеспечивают базу для сопоставления показателей).

Вместе с тем, необходимо учитывать, что в мониторинге 2012-2013 гг. использовалась значительно переработанная и измененная версия анкеты, в связи с чем возможность построения динамических рядов, включая годы до 2012, по многим вопросам отсутствует, и можно оценивать лишь изменения в общих тенденциях.

Также по ряду показателей результаты мониторинга сравниваются с результатами аналогичных исследований в других регионах (Костромской области и Санкт-Петербурге), проводившихся в 2010-2013 гг.

### **1.8. Сроки**

Полевая часть исследования (массовый опрос и проведение экспертных интервью) проводились с 20 мая по 25 октября 2013 г. Анализ и обработка результатов проводились с 26 октября по 1 ноября 2013 г. Итоговый отчет подготовлен 2 ноября 2013 г.



## 2.1. Характеристика компаний

1. 23% опрошенных компаний применяют систему УСН доходы, 21% - УСН доходы минус расходы, 40% находятся на ЕНВД, 15% - на общем режиме налогообложения, патент используют 1% компаний. Основное отличие в распределении компаний по выбранной системе налогообложения, по сравнению с 2012 годом, связано с появлением патентной системы. Тем не менее, по данным на 2013 год, ее выбрали лишь 1% от числа всех компаний, представляющих малый и средний бизнес. В целом по выборке доля предпринимателей, использующих ЕНВД, выросла до 40% за счет уменьшения доли использующих общий режим и оба режима упрощенного налогообложения.
2. Как и в 2012 году, использование методов факторного анализа и последующей кластеризации не выявило взаимосвязи между применяемой системой налогообложения и субъективной оценкой успешности развития предприятия, несмотря на то, что предприятия, использующие упрощенные режимы налогообложения, демонстрируют несколько более позитивные оценки (хотя данное отличие не является статистически значимым).
3. 79% опрошенных компаний имеют численность до 30 человек, еще 11% - численность от 31 до 100 человек, 10% опрошенных представляют компании численностью более 100 сотрудников. Суммарно на малые компании, к которым относятся предприятия с численностью персонала до 100 сотрудников, приходится 90% выборки массового опроса. Распределение по данному вопросу практически полностью совпадает с данными 2012 года.
4. Лишь 6% опрошенных компаний работают на рынке ЯНАО меньше двух лет, что полностью согласуется с данными волны 2012 года. Основная часть респондентов представлена руководителями компаний «со стажем» более 15 лет (30%) и 11-15 лет (22%), при этом среди средних компаний доля тех, кто имеет более чем 15-летний опыт существования на рынке, составляет 54%. По сравнению с 2012 годом, произошло небольшое смещение в сторону «старения» компаний, что является объективным процессом.
5. Распределение компаний по сферам деятельности выявило две преобладающие категории: торговлю (в общей сложности на нее пришлось 36% опрошенных респондентов, при этом среди малых предприятий ее доля достигает 40%) и обслуживание населения (20% в среднем по выборке, 22% среди малых предприятий). Среди средних предприятий в тройке лидирующих отраслей можно выделить строительство (39%), транспорт и связь (18%), а также услуги в сфере нефте- и газодобычи и коммунального хозяйства (по 11%). В целом эти показатели очень близки к данным, полученным в 2012 году. На долю торговли в 2012г. приходилось 35%, на обслуживание населения – 22%; третье место, как и в 2013 году, заняли бизнес-услуги (11%). По сравнению с 2012 годом на 1% выросла доля компаний в строительной сфере и на 2%- в сфере транспорта и связи.
6. 21% всей выборки приходится на Ноябрьск, 20% - на Новый Уренгой, 14% - на Салехард, 12% - на Надым, 8% - на Губкинский, по 6% - на Муравленко и Лабытнанги, 5% - на Тарко-Сале, около 8% на остальные районы. Средние предприятия показывают более высокую концентрацию в Губкинском – так, на его долю приходится 18% всех средних предприятий, тогда как среди опрошенных малых предприятий в Губкинском расположены лишь 7%. Больше всего малых предприятий концентрируют Ноябрьск и Новый Уренгой (в сумме 43%).

## 2.2. Успешность развития бизнеса

7. 27% опрошенных назвали свою компанию «одним из лидеров в своем сегменте», 34% определили рыночные позиции как сильные, но не лидирующие; 35% оценили рыночную долю своей компании как небольшую, вдалеке от лидеров.
8. В целом представители компаний позитивно оценивают основные аспекты деятельности своих компаний. Лучше всего оцениваются финансовое состояние компании (80% оценили его как благополучное или скорее благополучное), правовые условия ведения бизнеса (78% оценили их как благополучные или скорее благополучные) и имущественные ресурсы (76%). Далее следуют кадровые ресурсы (66%), конкурентная среда (61%) и размер транзакционных издержек (42%).
9. Сопоставление распределений на данный вопрос с распределениями 2010-2011 гг. показывает разнонаправленные изменения по разным аспектам функционирования бизнеса: в частности, отмечается улучшение правовых условий ведения бизнеса, а также финансового состояния компаний; в свою очередь, наблюдается негативная динамика по кадровому вопросу, по размеру транзакционных издержек, а также по вопросу оценки конкурентной среды. Оценка показателя имущественных ресурсов осталась без изменений примерно на уровне 2011 г.
10. По вопросу оценки успешности собственного бизнеса 2013 год демонстрирует небольшую положительную динамику: доля тех, кто дал позитивные ответы, составила 55%, тогда как в 2012 году этот показатель достигал лишь 50%. Противоположных оценок придерживаются лишь 12%, 33% поставили нейтральные оценки.

## 2.3. Состояние деловой среды

11. В ходе опроса респондентам также предлагалось оценить, насколько удачным является для их компании текущий год. Полученные данные показывают, что в целом значения показателя остались примерно на уровне 2011 г.
12. Среди различных параметров делового климата, которые оценивались респондентами по 10-балльной шкале («1» - очень плохо, «10» - очень хорошо), самые высокие оценки получили торговые связи с другими регионами (25% поставили этому пункту оценку в 10 баллов), регистрация компании (22% 10-балльных оценок), 19% - получение разрешения на определенные виды деятельности.
13. Анализ средних оценок по 10-балльной шкале показывает, что три лидирующих параметра делового климата (торговые связи, регистрация компании, получение разрешений) набирают в среднем 6,3-7,0 баллов, тогда как три самых отстающих параметра (защита инвесторов, регистрация собственности, ликвидация предприятий) набирают 4,6-5,5 баллов. Состав тройки лидеров и тройки аутсайдеров в 2013 году не изменился.
14. Анализ рейтинга препятствий для развития МСП показывает, что традиционно актуальная для региона проблема нехватки кадров в 2013 году сохранилась на том же высоком уровне, на котором она была зафиксирована в 2012 году: в среднем по выборке ее отметили 40% опрошенных (в 2011 году – только 35%). При этом оценки опрошенных представителей среднего и малого бизнеса оказались практически равными. Доля недовольных особенностями налогообложения в регионе в 2013 году вернулась на уровень 2010-2011 годов (до 34%). Проблема роста цен, которая в 2012 г занимала третье по популярности место, сейчас опустилась в рейтинге, пропустив вперед такие проблемы, как нехватка помещений под аренду (18%), высокие тарифы

для предприятий (17%) и неразвитость инфраструктуры транспорта и энергетики (17%).

15. Выход на рынок ЯНАО для сторонней компании 45% респондентов назвали легким или скорее легким, что заметно больше, чем в 2011 году, когда этот показатель замерялся в последний раз. Лишь 22% опрошенных оценили выход на рынок ЯНАО как сложный или скорее сложный. 20% опрошенных заняли промежуточную позицию, не назвав его ни сложным, ни легким. Подобное распределение ответов следует признать скорее негативным с точки зрения работающих на рынке предпринимателей: по мнению представителей МСП региона, администрация должна по возможности защищать их от экспансии компаний из других субъектов РФ, так как эти компании ассоциируются с большими ресурсами и возможностями, а следовательно – с угрозой вытеснения «коренных игроков» с рынка.

16. По вопросу о том, каковы условия для ведения бизнеса в ЯНАО по сравнению с другими регионами РФ, мнения респондентов распределились следующим образом: 31% полагают, что в ЯНАО условия лучше, 19% придерживаются противоположной точки зрения, 27% считают, что везде одинаково, наконец, 23% затруднились ответить на данный вопрос. Сравнение полученных результатов с данными опросов представителей малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге и Костромской области<sup>2</sup> позволяют сделать вывод о том, что данный показатель в ЯНАО заметно превосходит уровень выше упомянутых регионов, что свидетельствует о более благоприятном инвестиционном климате и в целом – бизнес-климате в ЯНАО по сравнению как минимум с двумя данными регионами.

17. Доля компаний, привлечших кредитные средства в 2013 г., оказалась на уровне аналогичного показателя 2011 г. (27% по сравнению с 28% в 2011 году), при этом более чем вдвое возросла доля тех, кто хотел, но не смог взять кредит по ряду причин. Полученные данные косвенно свидетельствуют о замедлении темпов экономического роста и отражают консервативные настроения инвестиционно-банковских институтов, более осторожно выдающих кредиты для бизнеса. Наиболее активно привлекали кредитные средства в 2013 году представители малого бизнеса (28% против 23% у среднего бизнеса), а также компании из отраслей торговли (38%) и обслуживание населения (23%).

## 2.4. Оценка административного влияния на бизнес

18. В 2012 и 2013 годах вопрос об уровне коррумпированности разных органов власти задавался с разбивкой на территориальные органы федеральной власти, исполнительные органы власти автономного округа, муниципальные органы власти. Полученные ответы практически одинаковы по всем уровням власти, при этом заметна тенденция, что представители среднего бизнеса оценивают ситуацию с коррупцией как более благоприятную, по сравнению с представителями малого бизнеса. Усредняя полученные оценки, можно сказать, что 10% опрошенных зафиксировали высокую коррумпированность органов власти, 21% – среднюю, 34% – низкую, 35% опрошенных отказались отвечать на данный вопрос.

---

<sup>2</sup> Показатели по Санкт-Петербургу и Костромской области рассчитаны по результатам инициативных исследований Topline Marketing & Consulting, проведенных в этих регионах в сентябре 2013 г. Выборка в Санкт-Петербурге составила 350 респондентов, в Костромской области – 150 респондентов. Целевая группа – представители малого и среднего бизнеса.

19. По сравнению с 2012 годом, заметно уменьшение доли тех респондентов, которые оценивают уровень коррумпированности как высокий: оно снизилось почти в полтора раза, что является очень позитивным показателем и, что немаловажно, идет против общероссийских тенденций (показывающих возрастание восприятия коррумпированности органов власти).
20. Эффективность мер по борьбе с коррупцией в ЯНАО оценивается в целом на достаточно высоком уровне: доля тех, кто дал позитивные оценки (47%) заметно превышает долю тех, кто дал негативные оценки (9%), однако 43% выборки затруднились оценить эффективность данных мер, что свидетельствует о недостаточной информированности предпринимателей об антикоррупционной кампании в округе.
21. Уровень административных барьеров в 2013 году оценивается как несколько более низкий по сравнению с 2012 годом, но по-прежнему превышающим показатели 2011 года. Доля тех, кто оценил административные барьеры как очень высокие, снизилась с 8% до 7%; доля тех, кто оценил административные барьеры как достаточно высокие, снизилась с 26% до 23%. Доля тех, кто ответил, что административные барьеры в ЯНАО невысоки или вообще отсутствуют, выросла с 67 до 70%. В 2013 году также проявилась тенденция того, что представители среднего бизнеса склонны чаще жаловаться на уровень административных барьеров, чем представители малого бизнеса.
22. Сравнение по данному показателю с Санкт-Петербургом и Костромской областью вновь показывает преимущество ЯНАО даже по сравнению с Санкт-Петербургом. В двух указанных регионах предприниматели склонны к более негативным оценкам административных барьеров, препятствующих развитию бизнеса. Данный показатель коррелирует с приводившимися выше сравнительными данными по оценке благоприятности условий для ведения бизнеса в этих регионах.
23. Из различных контрольно-надзорных органов противопожарная служба и налоговая инспекция чаще всего назывались в списке тех, чья деятельность сильно мешала работе бизнеса как в 2013, так и в 2012 году. Применительно к данному вопросу, их отметили по 11-13% опрошенных. Далее следуют Роспотребнадзор (5%), местные органы власти (5%), МВД (5%), Ростехнадзор (3%), Экологический надзор (3%), Антимонопольные органы (2%), лицензирующие органы (2%). Остальные организации были упомянуты в менее чем 1% случаев. При этом 60% опрошенных (на 5% меньше по сравнению с 2012 годом) заявили, что никакие контрольно-надзорные организации не мешали сильно их деятельности в 2013 году.
24. Обращают на себя внимание значительные различия по данному вопросу между представителями малого и среднего бизнеса: лишь 29% представителей среднего бизнеса заявили, что их работе в 2013 году не мешали представители различных проверяющих структур. Наибольшие проблемы среднему бизнесу в 2013 году доставили представители налоговой инспекции (36%) и противопожарной службы (29%).

## 2.5. Оценка эффективности мер поддержки предпринимательства

25. Как результаты экспертных интервью, так и результаты массового опроса предпринимателей показывают, что предпринимательское сообщество в целом удовлетворено объемом внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития малого и среднего предпринимательства. 48% оценивают объем внимания как вполне достаточный, 32% - как достаточный, но при этом с пожеланием, чтобы внимания было больше, наконец, лишь 21% оценили объем внимания как недостаточный (при этом данная позиция преимущественно распространена среди представителей малых предприятий, тогда как представители среднего бизнеса выбирали данный ответ лишь в

16% случаев). Если в 2011 году доля тех, кто ответил, что администрация ЯНАО уделяет большое внимание вопросам развития МСП, составляла 23%, то к 2013 г. этот показатель удвоился (47,5%). Соответственно, доля тех, кто полагает, что администрация ЯНАО уделяет развитию МСП мало внимания, сократился с 36% в 2011 г. до 21% в 2013 г. Отметим, что показатели 2011 года, в свою очередь, были значительно лучше показателей 2010 года. Таким образом, можно констатировать, что по сравнению с 2010 годом предпринимательское сообщество в разы лучше стало замечать и оценивать поддержку, осуществляемую органами администрации ЯНАО в адрес субъектов МСП.

26. Сравнение по данному показателю с Санкт-Петербургом и Костромской областью вновь показывает преимущество ЯНАО даже по сравнению с Санкт-Петербургом. В двух указанных регионах предприниматели склонны к более негативным оценкам административных барьеров, препятствующих развитию бизнеса. Данный показатель коррелирует с приводившимися выше сравнительными данными по оценке благоприятности условий для ведения бизнеса в этих регионах.
27. Среди различных мер государственной поддержки наиболее востребованный среди респондентов вариант (так же, как и в 2012 году) – прямая финансовая поддержка: эту альтернативу выбрали 32% опрошенных (на 5% меньше по сравнению с результатами волны мониторинга за 2012 год). К этой же группе ответов примыкает значительная часть тех, кто выбрал вариант «другое» (поместив в него преимущественно упоминания о «дешевых» и «длинных» кредитах для бизнеса) – 10%. Второе-третье места делят вариант «информационная поддержка» (23% - показатель практически не изменился по сравнению с 2012 годом) и вариант «имущественная поддержка» (резкий рост по сравнению с данными 2012 года – с 13% до 23%). Далее следуют варианты «поддержка благоприятной предпринимательской среды» (17%), консультационные услуги (13%), образовательные услуги (11% - рост на 4% к данным прошлого года). 20% опрошенных (+5% к прошлому году) заявили, что не нуждаются ни в каких мерах государственной поддержки.
28. За год уровень осведомленности респондентов о практически всех объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО вырос примерно на треть, исключение составили лишь Торгово-промышленная палата Ямало-Ненецкого автономного округа (ее показатели известности уменьшились на 1%) и фонды поддержки малого и среднего предпринимательства (их показатель известности вырос лишь с 41% до 46%). Наибольшие показатели известности характерны для бизнес-инкубаторов (49%), второе место занимает Торгово-промышленная палата Ямало-Ненецкого автономного округа (47%), затем – фонды поддержки малого и среднего предпринимательства (46%). После этих трех объектов с большим отрывом следуют микрофинансовые организации (24%), фонды инновационного развития (23%), информационно-консультационные центры (21%), технопарки и инновационно-технологические центры (19%), гарантийные фонды (17%). Доля тех, кто оказался не информирован ни об одном из объектов инфраструктуры поддержки МСП, составляет сейчас около 18%. Таким образом, можно сделать вывод об успешности работы в 2013 году по информированию малого и среднего бизнеса о наличии инфраструктуры поддержки предпринимательства в ЯНАО.
29. Бизнес-инкубаторы больше всего известны в Губкинском и Муравленко, ТПП ЯНАО – в Салехарде и Губкинском, фонды поддержки МСП – в Тарко-Сале и Губкинском. В целом именно эти муниципальные образования (Салехард и Губкинский) характеризуются наибольшей осведомленностью о субъектах инфраструктуры МСП.
30. Увеличение доли тех, кто оказался информированным о тех или иных объектах поддержки предпринимательства в ЯНАО, привело к росту фактической доли тех, кто

пользовался какими-либо услугами, предоставляемыми перечисленными выше объектами с 33% до 37%. Из наиболее популярных ответов можно выделить аренду помещения (17%), гранты и субсидии (5%), финансовую аренду и лизинг (4%), информационную и консультационную поддержку (6%), предоставление микрозаймов (4%) и специальные услуги в области права и бухучета (3%). Анализ использования различных услуг, предоставляемых субъектами инфраструктуры поддержки МСП, в разрезе основных муниципальных образований показывает, что наиболее высокий уровень активности проявляют представители малого и среднего бизнеса в Салехарде, Ноябрьске, Муравленко и Лабытнанги.

31. Как и в прошлом и позапрошлом годах, по мнению опрошенных экспертов, существующие сегодня программы нуждаются в а) пропагандировании (причем не просто в форме социальной рекламы, а в форме PR, с объяснением их смысла и т.п.) и б) в некотором преобразовании под нужды предпринимателей и освобождении от «бюрократической волокиты». Кроме того, улучшение ситуации в экономике также могло способствовать снижению востребованности программ содействия малому и среднему бизнесу. На это косвенно указывает распределение ответов на вопрос о том, какие факторы помешали опрошенным воспользоваться услугами господдержки в полной мере. Самый популярный ответ – 40% - отсутствие потребности в данной поддержке («справляемся сами»). 22% опрошенных не знали о том, что есть такая поддержка (-4% к прошлому году). 12% опрошенных заявили, что им ничто не мешало воспользоваться мерами в рамках программ господдержки предпринимательства. Из упомянутых проблем необходимо выделить трудности с оформлением документов (12%), несоответствие установленным требованиям (7%), ограничение количества мест в объекте инфраструктуры (2%) и отсутствие объекта инфраструктуры в городе проживания (1%).
32. В целом по выборке 18% опрошенных оценили качество предоставляемых государством услуг по поддержке МСП как очень хорошее и скорее хорошее (на 6% меньше показателей 2012 года), 17% - как плохое и очень плохое (на 1% больше показателей 2012 года), 36% поставили среднюю оценку (плюс 6% к показателям 2012 года), 29% (как и в 2012 году) затруднились ответить на данный вопрос. Анализ оценки качества предоставляемых услуг в разрезе разных муниципальных образований показывает, что наилучшие оценки высказывают респонденты в Муравленко, Тарко-Сале, Салехарде и Лабытнанги.
33. Анализ распределений ответов на данный вопрос в разрезе использования/неиспользования упоминаемых услуг показывает, что среди тех, кто ими воспользовался, доля удовлетворенных качеством несколько выше, чем в среднем по выборке, и достигает 24% (в противовес 14%, которые остались не удовлетворены качеством данных услуг после их использования). Основные претензии респондентов связаны с недостаточной компетентностью сотрудников центров поддержки МСК, сложным оформлением документов, а также подозрениями в предвзятости комиссий, рассматривающих заявки на эти виды помощи.
34. В 2012 году те компании, которые пользовались услугами, предоставляемыми в объектах инфраструктуры поддержки МСП, дали более положительные оценки этим услугам. Можно предположить, что с каждым годом возрастают запросы и потребности предпринимателей относительно стандартов предоставляемой им помощи, что отражается на структуре их оценок. Это нужно учитывать при разработке стандартов оказания услуг по поддержке МСП, выстраивая их с учетом все возрастающих запросов потребителей.
35. 81% опрошенных (на 4% меньше, чем в 2012 г.) заявили, что не получали никакой финансовой помощи для МСП из предложенного списка – таким образом, доля тех, кто

- пользовался финансовой помощью, возросла с 15% до 19%. 7% получили гранты на создание собственного дела, 5% - воспользовались лизингом оборудования, 2% - субсидии, связанные с энергоэффективностью производства, 1% - гранты на инновации, 4% получили финансовую поддержку в других формах (преимущественно – субсидии, не связанные с энергоэффективностью, а также гранты на закупку оборудования).
36. В ответ на вопрос о факторах, воспрепятствовавших использованию финансовой поддержки МСП, 44% опрошенных ответили, что не испытывали необходимости в этом (40% по итогам 2012 года), 30% (на 2 % больше, чем в прошлом году) не знали о том, что указанная поддержка существует. Респонденты стали реже апеллировать к небольшому размеру поддержки (14% против 19%) и стали чаще упоминать трудности с оформлением документов (13% против 8% в 2012 году).
37. Рейтинг наиболее привлекательных форм финансовой поддержки МСП в 2013 году практически не изменился по сравнению с прошлым годом. К наиболее привлекательным формам финансовой поддержки МСП большинство опрошенных относят гранты начинающим предпринимателям на создание собственного дела (40%, плюс 1% к данным 2012 года), содействие развитию лизинга оборудования (30%, плюс 6% к данным за 2012 год), субсидии, связанные с энергоэффективностью (21%, плюс 2% к показателям 2012 года), гранты на инновации (12%, что на 2% превышает значение за 2012 год). 13% выбрали вариант ответа «другое», заключив в него, прежде всего, прямые кредиты со сниженной процентной ставкой на длительный срок. Субсидии, связанные с энергоэффективностью производства, особенно важны для опрошенных представителей среднего бизнеса (среди них этот вариант набрал 32% при средневыборочном значении в 21%).
38. В рейтинге информационных ресурсов, предоставляющих информационную поддержку по вопросам ведения бизнеса, как и год назад, лидируют интернет-ресурсы (сайты различных фондов и некоммерческих организаций), при этом доля тех, кто их отметил, выросла на 9% – до 69%. Второе место с результатом 29% занимает непосредственное консультирование в налоговой инспекции, фондах соцстрахования, третье место с 25% - СМИ (радио, ТВ, печатные издания). Прочие информационные ресурсы отметили 10% опрошенных. 9% (минус 3% к данным прошлого года) заявили, что никакие ресурсы не обеспечивают информационную поддержку по вопросам ведения бизнеса для МСП.
39. Среди интернет-ресурсов, которые представители малого и среднего бизнеса использовали в течение 2013 года для получения информации о поддержке МСП, лидируют сайты муниципальных образований ЯНАО (36%), второе-третье место делят сайт Правительства ЯНАО и сайт департамента экономики ЯНАО (по 19%). Доля тех, кто не пользовался никакими интернет-ресурсами для получения информации о поддержке МСП, снизилась на 5% и составляет 34%.
40. Среди тех, кто пользовался упомянутыми интернет-ресурсами, 22% делали это раз в неделю и чаще, 19% - 2-4 раза в месяц, 24% - раз в месяц, 25% - 1-2 раза за полгода, 10% - реже, чем раз в полгода. Таким образом, наблюдается увеличение интенсивности использования интернет-ресурсов для получения информации о средствах поддержки МСП: доля тех, кто пользуется этими ресурсами не реже 2-4 раз в месяц, выросла с 32% до 41%.
41. Доля тех, кто не принимал участия в каких-либо обучающих мероприятиях, семинарах, выставках, в 2013 году осталась на уровне 2012 года. Среди мероприятий чаще всего упоминались обучающие семинары (23%), выставки и конференции (13%), советы по развитию малого и среднего бизнеса (7%), прочие мероприятия (8%). Представители среднего бизнеса склонны чаще посещать подобные мероприятия (46% против 37% в малом бизнесе).

42. Распределение ответов на вопрос о том, какими информационными услугами нужно дополнить информационную поддержку малого и среднего бизнеса, практически не претерпело изменений по сравнению с прошлым годом. Лидирует вариант электронной или смс-рассылки (45%), далее следует более активное информирование через СМИ (28%) и организация специальной горячей линии (25%). Далее с большим отрывом назывались дополнительные услуги различных некоммерческих организаций (11%) и прочие варианты (12%). 7% опрошенных полагают, что ничего добавлять не нужно. Полученное распределение совпадает с ответами респондентов из ряда открытых вопросов, которые также полагают, что наиболее эффективным способом коммуникации с основной частью руководителей малого и среднего бизнеса являются рассылка по электронной почте и отправка смс-сообщений и напрямую просят об этом.

## 2.6. Ожидания от 2014 года

1. В ходе исследования респондентов просили сравнить текущее состояние их бизнеса с докризисными временами. 30% опрошенных полагают, что сейчас ситуация стала лучше, чем была в докризисное время, и примерно столько же – 31% - придерживаются противоположной точки зрения. В целом полученные данные очень близки к данным 2011 г.
2. Ожидания от 2014 года почти полностью совпадают с данными, полученными в 2012 году: доля тех, кто рассчитывает на успешность 2014 года (53%), заметно превышает долю тех, кто ожидает негативных кризисных изменений (1%).
3. В заключительной части анкеты респондентам было предложено в открытой форме высказать свои пожелания к органам власти ЯНАО, ответственным за поддержку малого и среднего бизнеса. Пожелания респондентов можно обобщить следующим образом:
  - a. Улучшить информирование предпринимателей о различных форматах и вариантах помощи, которая предусмотрена для малого и среднего бизнеса.
  - b. Предлагать больше муниципальных помещений для аренды.
  - c. Чаще устраивать открытые диалоги с предпринимателями для обсуждения проблем и вариантов их решения.
  - d. Предусмотреть меры поддержки не только для начинающих предпринимателей, но и для тех, кто уже давно работает на территории округа.
  - e. Наладить оперативное информирование предпринимателей об изменениях в федеральном и региональном законодательстве.
  - f. Выделить в отдельную группу меры поддержки микропредприятий.
  - g. Усовершенствовать систему микрофинансирования.



## 2.7. Рекомендации для органов власти ЯНАО по развитию работы по поддержке малого и среднего бизнеса

В целом результаты массового опроса, дополненные экспертными интервью, позволяют сделать вывод о безусловной полезности различных программ поддержки МСП в предпринимательской среде. Этот вывод базируется на следующих предпосылках:

- Ежегодный прирост доли тех, кто пользовался теми или иными программами поддержки МСП. В случае, если бы программы были бесполезны, прироста бы не наблюдалось.
- Положительный баланс позитивных и негативных оценок полезности программ поддержки МСП среди тех, кто пользовался этими программами (соотношение 24% на 24%).
- Положительные отзывы опрошенных экспертов о содержании программ поддержки МСП, сделанные ими на основе общения с множеством предпринимателей.

Вместе с тем, существуют большие возможности для повышения эффективности программ поддержки МСП. Движение в данном направлении, безусловно, позволит улучшить отношение предпринимателей к подобным программам и найдет отражение в улучшении делового климата в регионе и, как следствие, благоприятно отразится на экономических показателях малого и среднего бизнеса:

- Насколько это возможно, упрощение процедур получения различных видов помощи и подачи заявок на участие в тех или иных программах. Возможно, основной объем функций по подготовке заявок может быть переложен на те или иные субъекты ТПП, которые могли бы работать по принципу «одного окна». Предприниматель сдает необходимые официальные документы и за него оформляются типовые заявки и т.п.
- Также повышению использования различных программ способствовала бы ясная навигационная схема, которая могла бы подсказывать начинающим предпринимателям, какие варианты поддержки они могут получить применительно к разным аспектам бизнеса и сферам деятельности.

С учетом полученной информации, можно сформулировать **следующие рекомендации** органам государственной власти и местного самоуправления о проведении необходимых мероприятий с целью повышения эффективности мер, направленных на развитие МСП:

1. Как и в 2012 году, как респонденты-предприниматели, так и опрошенные эксперты **высоко оценили деятельность** органов государственной власти и местного самоуправления ЯНАО по поддержке малого и среднего бизнеса.
2. Основным препятствием к использованию различных видов помощи по-прежнему остается **низкий уровень информированности** о спектре возможных программ (хотя и увеличившийся по сравнению с прошлым годом). При этом важно учитывать, что недостаточная информированность начинающих предпринимателей о различных вариантах поддержки нередко провоцирует негатив в адрес представителей окружных властей, поскольку воспринимается как упущенная возможность, те средства, которые можно было сэкономить и израсходовать на другие цели. Таким образом, приоритетной задачей на 2014 год следует обозначить повышение уровня информированности предпринимателей о предлагаемых вариантах поддержки с 82% до 95%-ного уровня.
3. Помимо расширения охвата предпринимателей информацией о предоставляемой им поддержке, необходимо также уделить самое серьезное внимание **углублению той информации, которая им предоставляется**. Исследование зафиксировало

ситуацию, когда увеличение информированности о разных программах не приводит к увеличению доли тех, кто ими воспользовался, что, как показали дополнительные расспросы респондентов после окончания опроса по анкете, а также экспертный опрос, во многом связано **с непониманием предпринимателями базовых механизмов предоставления** им тех или иных форм поддержки. В этих условиях простое наращивание информированности, без разъяснения конкретных механизмов и алгоритмов востребования помощи МСП, не приведет к увеличению использования данных механизмов предпринимателями.

4. **Основным каналом информирования предпринимателей целесообразно сделать интернет-ресурсы** – прежде всего, официальный сайт Департамента экономики ЯНАО, который содержал бы подробную «дорожную карту» и ссылки на остальные объекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства. Также следует проработать вопрос о возможности подписки предпринимателей на СМС- или email-рассылку с информацией о новостях, связанных с мерами поддержки МСП в регионе, а также изменениями в региональном и федеральном законодательстве.
5. Целесообразно проработать вопрос **о разработке специальных подпрограмм, ориентированных на те или иные виды малого и среднего бизнеса**, особенно важные для региона. В частности, в ходе исследования представители IT-сектора высказывали недовольство, что существующие программы ориентированы на представителей традиционных отраслей торговли и бытового обслуживания населения, тогда как инновационные отрасли имеют меньший приоритет и не подходят под условия программы.
6. Также необходимо проработать **специальные программы поддержки предпринимателей, имеющих большой стаж работы в регионе**. Сейчас основной акцент программ поддержки МСП приходится на начинающих предпринимателей, что вызывает недовольство «старожилов» рынка, которые воспринимают это как «закачивание бюджетных денег в сомнительные проекты». Целесообразно разработать хотя бы несколько наиболее необременительных для бюджета форматов поддержки давно работающих в регионе предпринимателей, которые, без сомнения, оценят этот шаг.
7. Одним из форматов установления диалога, востребованных среди представителей малого и среднего предпринимательства может стать **организация регулярных круглых столов**, где наиболее видные представители малого и среднего бизнеса могли бы встречаться с представителями администрации (как муниципальной, так и региональной) для обсуждения текущих проблем и выработки конкретных решений, которые затем могли бы воплощаться в законодательных инициативах.
8. Также среди предпринимателей региона звучит **ярко выраженный запрос на протекционизм** со стороны региональной администрации против компаний из других регионов. Результаты опроса зафиксировали негативную динамику с точки зрения облегчения выхода на рынок ЯНАО для сторонних компаний, что вызывает беспокойство представителей малого и среднего бизнеса. Целесообразно сформировать обоснованную позицию администрации округа по данному вопросу и довести ее до бизнес-сообщества.

Данный раздел отчета посвящен различным показателям, характеризующим деятельность компаний, чьи руководители были опрошены в ходе исследования. В частности, анализируются следующие индикаторы:

- Численность сотрудников компании
- Срок работы на рынка Ямало-Ненецкого автономного округа
- Сфера деятельности компании
- Территориальное расположение компании
- Самооценка различных аспектов деятельности компании
- Самооценка положения на рынке
- Оценка успешности бизнеса и пр.

### 3.1. Статистическая информация

В данном подразделе отчета содержится анализ вопросов исследования, связанных с использованием различных режимов налогообложения. Основное отличие в распределении компаний по выбранной системе налогообложения, по сравнению с 2012 годом, связано с появлением патентной системы. Тем не менее, по данным на середину 2013 года, ее выбрали лишь 1% от числа всех компаний, представляющих малый и средний бизнес. В целом по выборке доля использующих ЕНВД выросла до 40% за счет уменьшения доли использующих общий режим и оба упрощенных режима налогообложения.

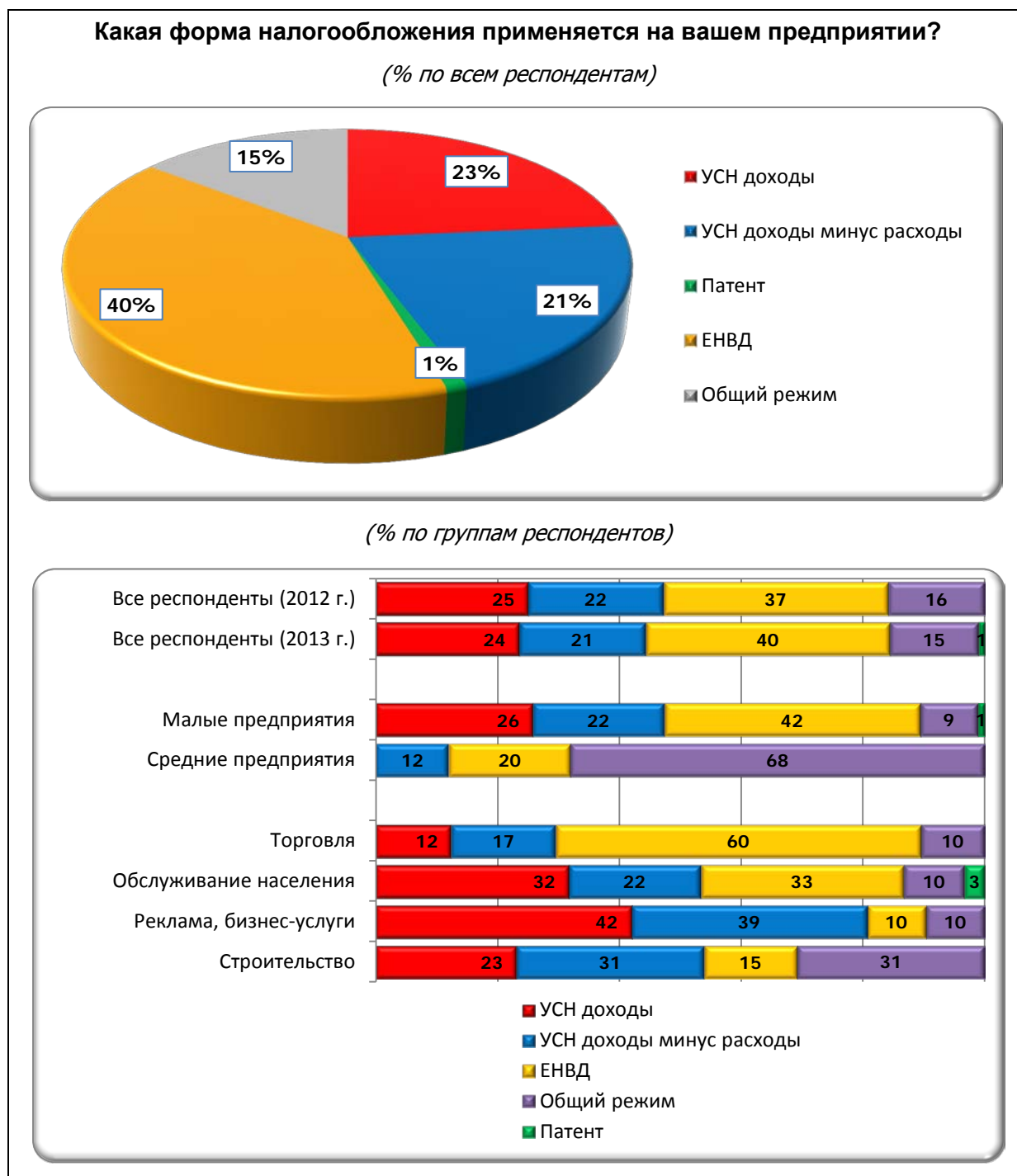


Рис. 2. Форма налогообложения, применяемая в компании

Как и в 2012 году, использование методов факторного анализа и последующей кластеризации не выявило взаимосвязи между применяемой системой налогообложения и субъективной оценкой успешности развития предприятия, несмотря на то, что предприятия, использующие упрощенные режимы налогообложения, демонстрируют несколько более позитивные оценки (хотя данное отличие не является статистически значимым).

Применение методов экономического анализа для выявления взаимосвязи между налоговым режимом и оценкой различных факторов функционирования предприятия как бизнес-единицы также не выявило статистически значимых различий. Это отражено в следующей таблице, которая показывает процент оценивших как «благополучное» или «скорее благополучное» состояние различных параметров деятельности компании, в разрезе разных режимов налогообложения.

*Таб. 2. Доля тех, кто оценил разные параметры деятельности своей компании как «благополучный или скорее благополучный» в разрезе разных налоговых режимов*

	УСН- доходы (N=68)	УСН доходы минус расходы (N=60)	ЕНВД (N=116)	общий режим налогооб- ложения (N=42)
Финансовое состояние	83.8	71.7	84.5	78.6
Имущественные ресурсы	70.6	71.7	80.2	78.6
Кадровые ресурсы	69.1	71.7	61.2	61.9
Конкурентная среда	64.7	56.7	63.8	57.1
Правовые условия ведения бизнеса применительно к компании	85.3	73.3	81.0	71.4
Размер транзакционных (операционных) издержек	47.1	40.0	39.7	47.6

79% опрошенных компаний имеют численность до 30 человек, еще 11% - численность от 31 до 100 человек, 10% опрошенных представляют компании численностью более 100 сотрудников. Суммарно на малые компании, к которым относятся предприятия с численностью персонала до 100 сотрудников, приходится 90% выборки массового опроса. Распределение по данному вопросу практически полностью совпадает с данными 2012 года.



Рис. 3. Численность сотрудников компании, включая основателя<sup>3</sup>

<sup>3</sup> При анализе диаграмм здесь и далее нужно учитывать, что из-за округлений десятичных значений сумма целых чисел может быть на 1-2 единицы меньше или больше 100

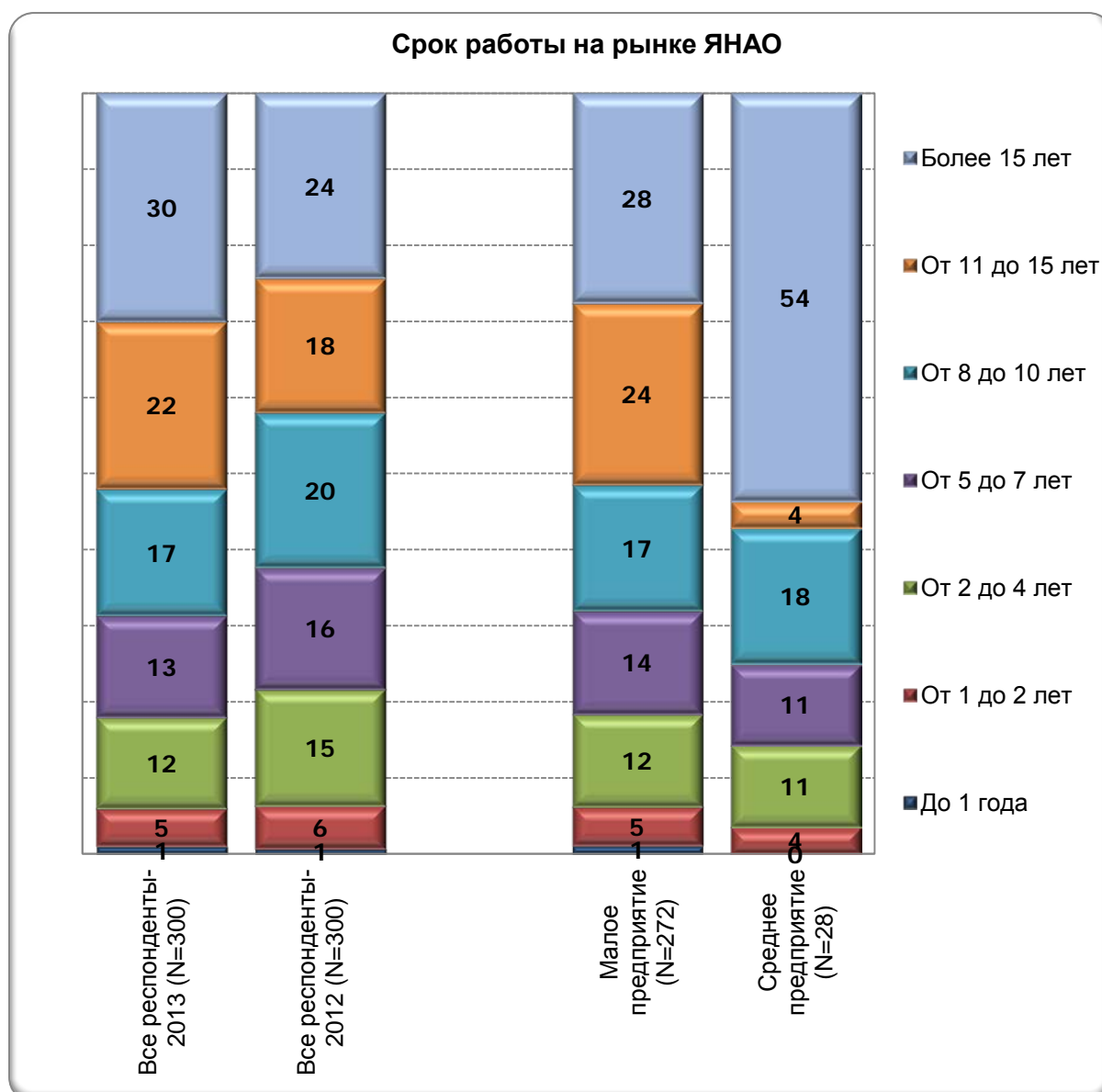


Рис. 4. Срок работы на рынке ЯНАО

Лишь 6% опрошенных компаний работают на рынке ЯНАО меньше двух лет, что полностью согласуется с данными волны 2012 года. Основная часть респондентов представлена руководителями компаний «со стажем» более 15 лет (30%) и 11-15 лет (22%), при этом среди средних компаний доля тех, кто имеет более чем 15-летний опыт существования на рынке, составляет 54%.

По сравнению с 2012 годом, произошло небольшое смещение в сторону «старения» компаний, что является объективным процессом и соответствует здравому смыслу.

Распределение компаний по сферам деятельности выявило две преобладающие категории: торговлю (в общей сложности на нее пришлось 36% опрошенных респондентов, при этом среди малых предприятий ее доля достигает 40%) и обслуживание населения (20% в среднем по выборке, 22% среди малых предприятий). Среди средних предприятий в тройке лидирующих отраслей можно выделить строительство (39%), транспорт и связь (18%), а также услуги в сфере нефте- и газодобычи и коммунального хозяйства (по 11%).

В целом эти показатели очень близки к данным, полученным в 2012 году. На долю торговли тогда приходилось 35%, на обслуживание населения – 22%; третье место, как и в этом году, заняли бизнес-услуги (11%). По сравнению с прошлым годом на 1% выросла доля компаний в строительной сфере и на 2%- в сфере транспорта и связи.

### Сфера деятельности компаний

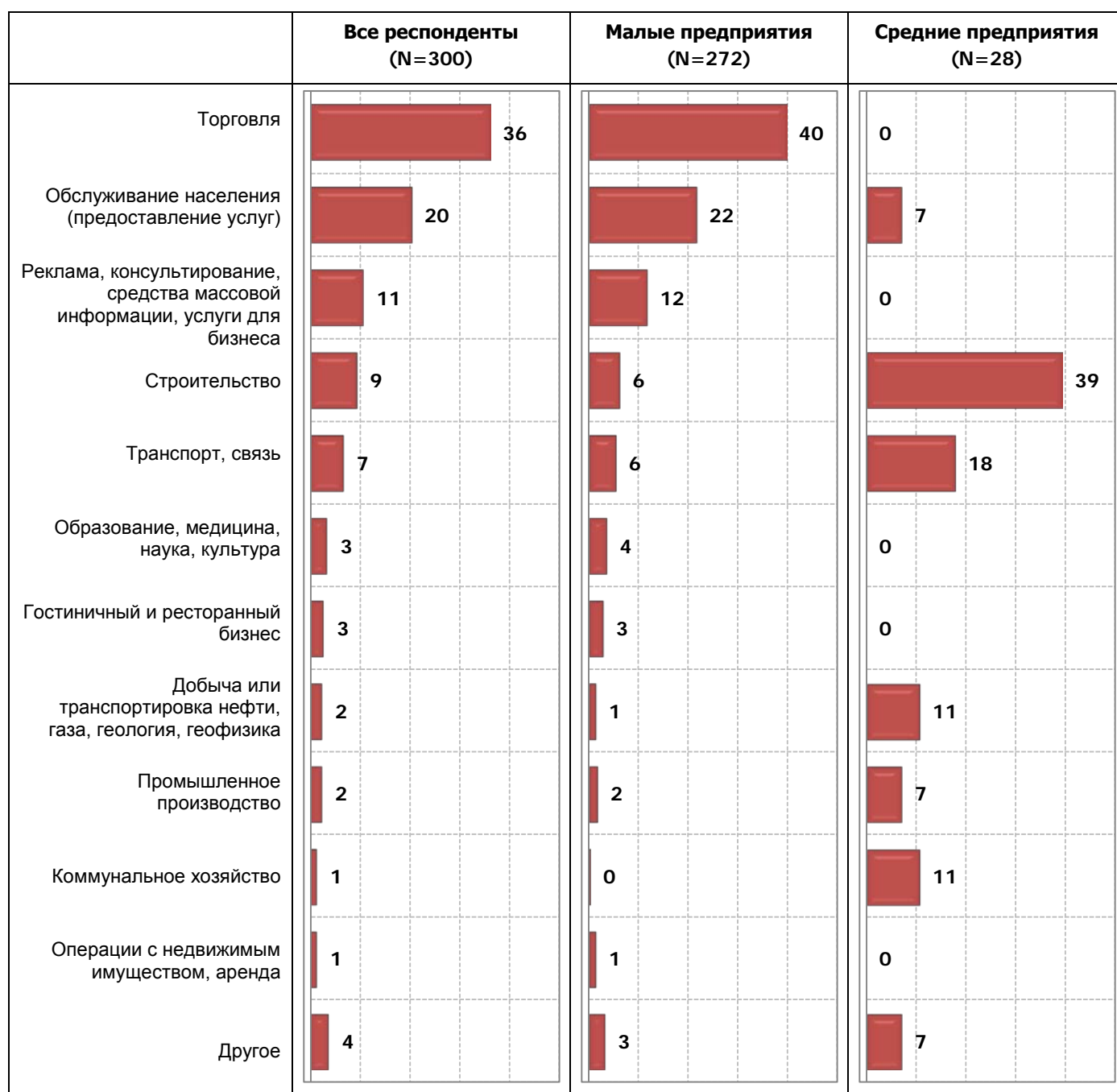


Рис. 5. Распределение компаний по сфере деятельности



21% всей выборки приходится на Ноябрьск (уменьшение на 5% по сравнению с результатами волны 2012 года), 20% - на Новый Уренгой, 14% - на Салехард, 12% - на Надым, 8% - на Губкинский, по 6% - на Муравленко и Лабытнанги, 5% - на Тарко-Сале, около 8% на остальные районы. Средние предприятия показывают более высокую концентрацию в Губкинском – так, на его долю приходится 18% всех средних предприятий, тогда как среди опрошенных малых предприятий в Губкинском расположены лишь 7%. Больше всего малых предприятий концентрируют Ноябрьск и Новый Уренгой (в сумме 43%).

### Место расположения компаний

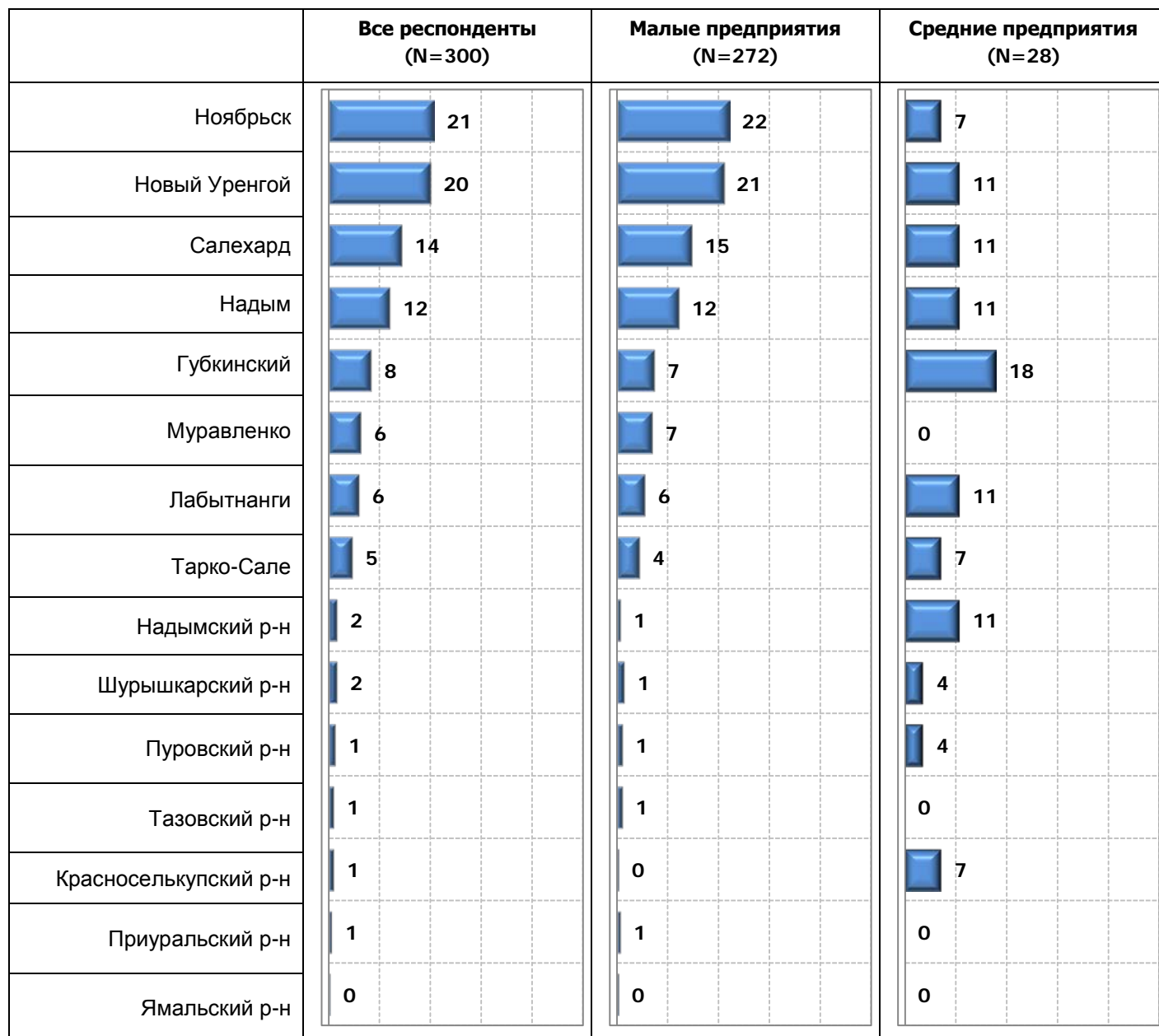


Рис. 6. Распределение компаний по территориальному расположению

Анализ статистических показателей опрошенных компаний позволяет сделать вывод о том, что сформированная выборка качественно репрезентирует все предприятия малого и среднего бизнеса в ЯНАО и позволяет делать обоснованные и достоверные выводы, равно как и проводить сравнение с данными предыдущих мониторингов.

### 3.2. Оценка успешности бизнеса

27% опрошенных назвали свою компанию «одним из лидеров в своем сегменте», 34% определили рыночные позиции как сильные, но не лидирующие; 35% оценили рыночную долю своей компании как небольшую, вдалеке от лидеров.



Рис. 7. Самооценка положения на рынке

Вопрос об успешности развития бизнеса респондентов задавался в предыдущих волнах мониторинга, в связи с чем можно проанализировать динамику ответов на него за 6 лет (см. следующую страницу).



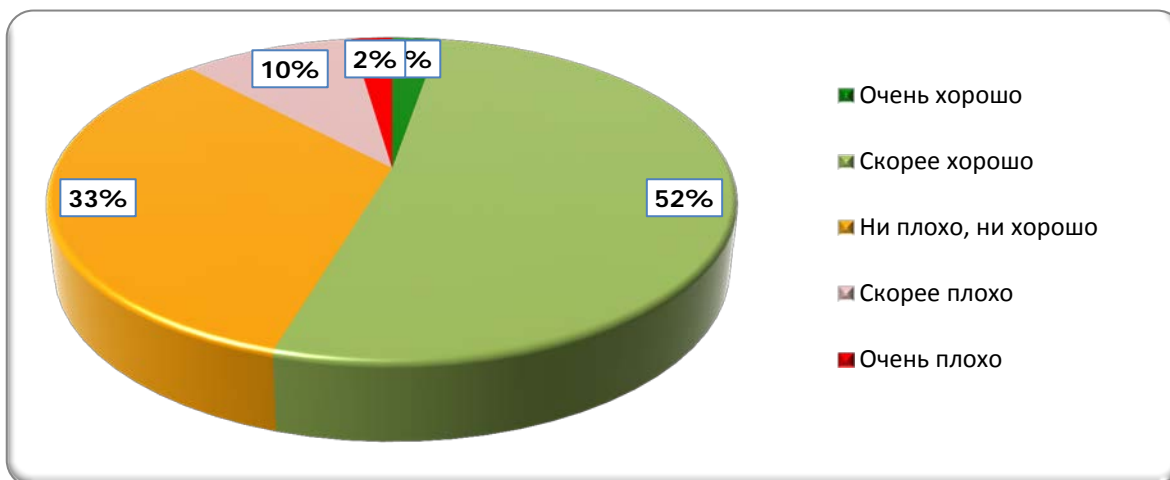
Рис. 8. Оценка успешности бизнеса в динамике за 2008-2013 гг.

Как видно из диаграммы, оценки 2013 года демонстрируют небольшую положительную динамику: доля тех, кто дал позитивные ответы, составила 55%, тогда как в 2012 году этот показатель достигал лишь 50%. Противоположных оценок придерживаются лишь 12%, 33% поставили нейтральные оценки.

Обращает на себя внимание, что уровень оценки успешности бизнеса в 2013 году оказался примерно одинаков в малых и средних компаниях.

### Насколько успешно развивается Ваш бизнес в настоящее время?

(% по всем респондентам, 2013 г.)



(% по группам респондентов)

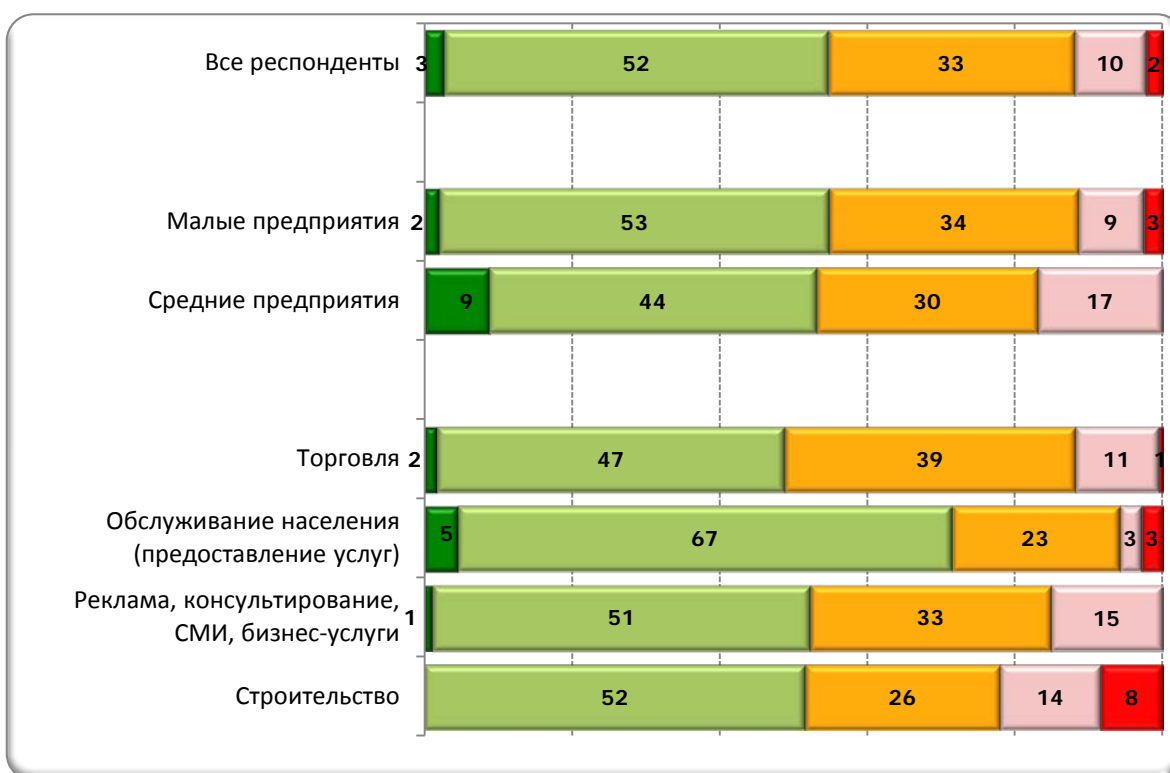
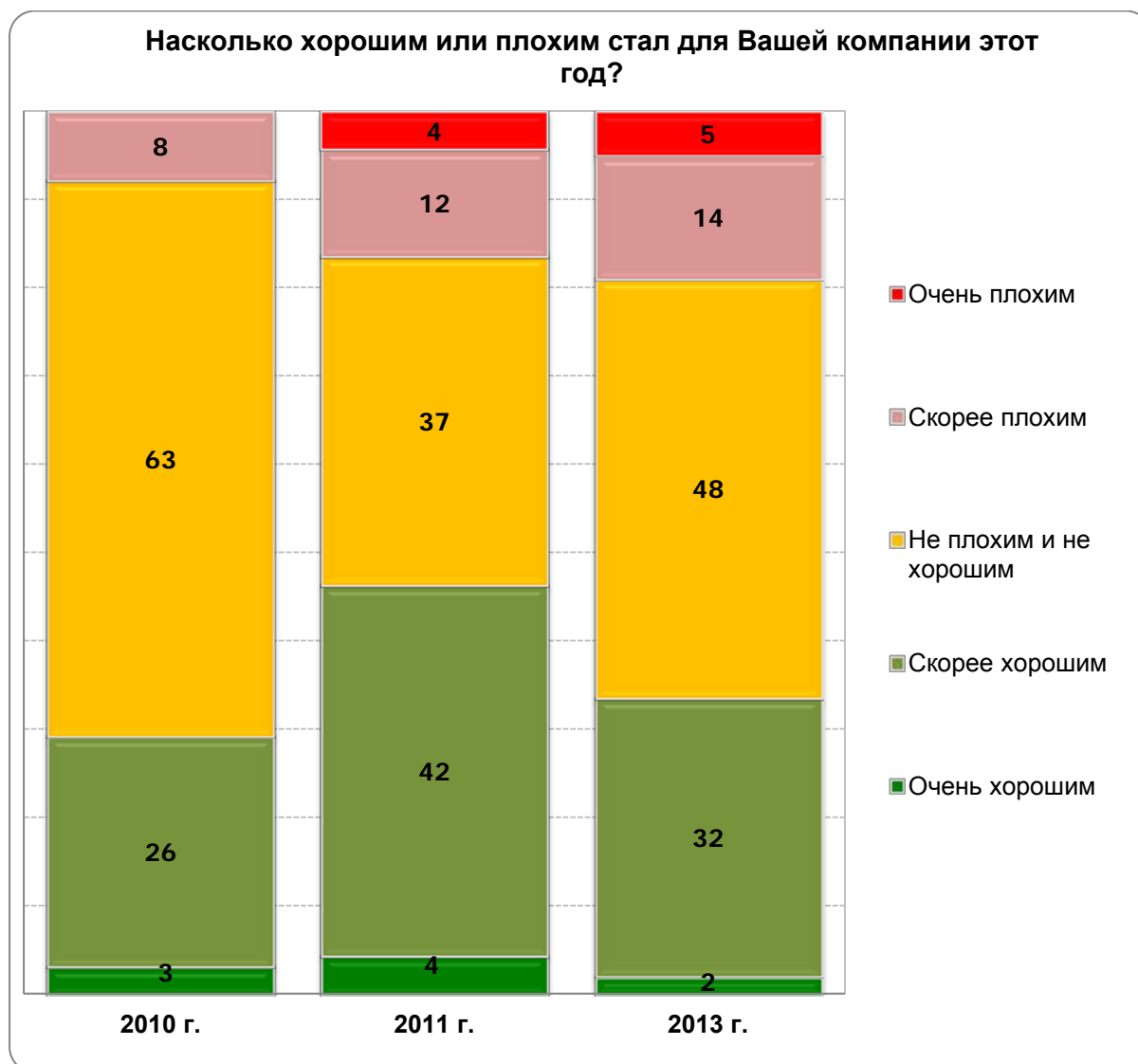


Рис. 9. Оценка успешности бизнеса по итогам 2013 г. в разных группах компаний

В ходе опроса респондентам также предлагалось оценить, насколько хорошим или плохим стал для их компании текущий год. Полученные данные показывают, что в целом значения показателя остались примерно на уровне 2011 г., однако обращает на себя внимание значительная доля тех, кто оценил его негативно (в сумме – 19%).



*Рис. 10. Оценка текущего года, 2010-2013 гг.*

(Данный показатель не был включен в волну 2012 года, в связи с чем значения за 2012 год отсутствуют на диаграмме).

Вопрос о привлечении кредитных средств компаниями является довольно показательным с точки зрения активности экономики. Чем больше компаний привлекают кредитные средства, тем выше – при прочих равных – являются темпы развития экономики и бизнеса.

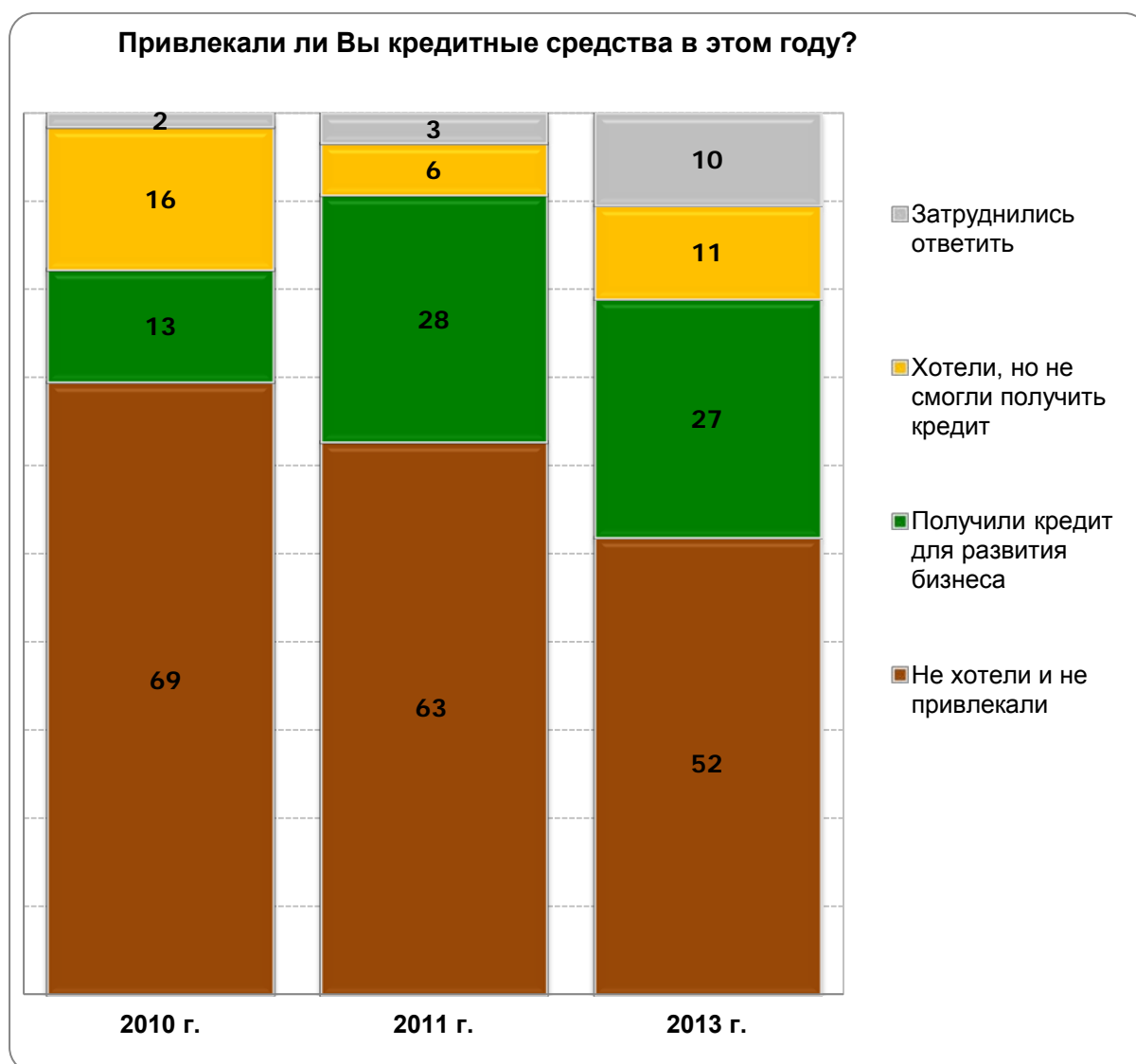


Рис. 11. Привлечение кредитных средств компаниями, 2010-2013 гг.

Анализ полученных данных показывает, что доля компаний, привлечших кредитные средства в 2013 г., оказалась на уровне аналогичного показателя 2011 г. (27% по сравнению с 28% в 2011 году), при этом более чем вдвое возросла доля тех, кто хотел, но не смог взять кредит по ряду причин. Полученные данные косвенно свидетельствуют о замедлении темпов экономического роста и отражают консервативные настроения инвестиционно-банковских институтов, более осторожно выдающих кредиты для бизнеса.

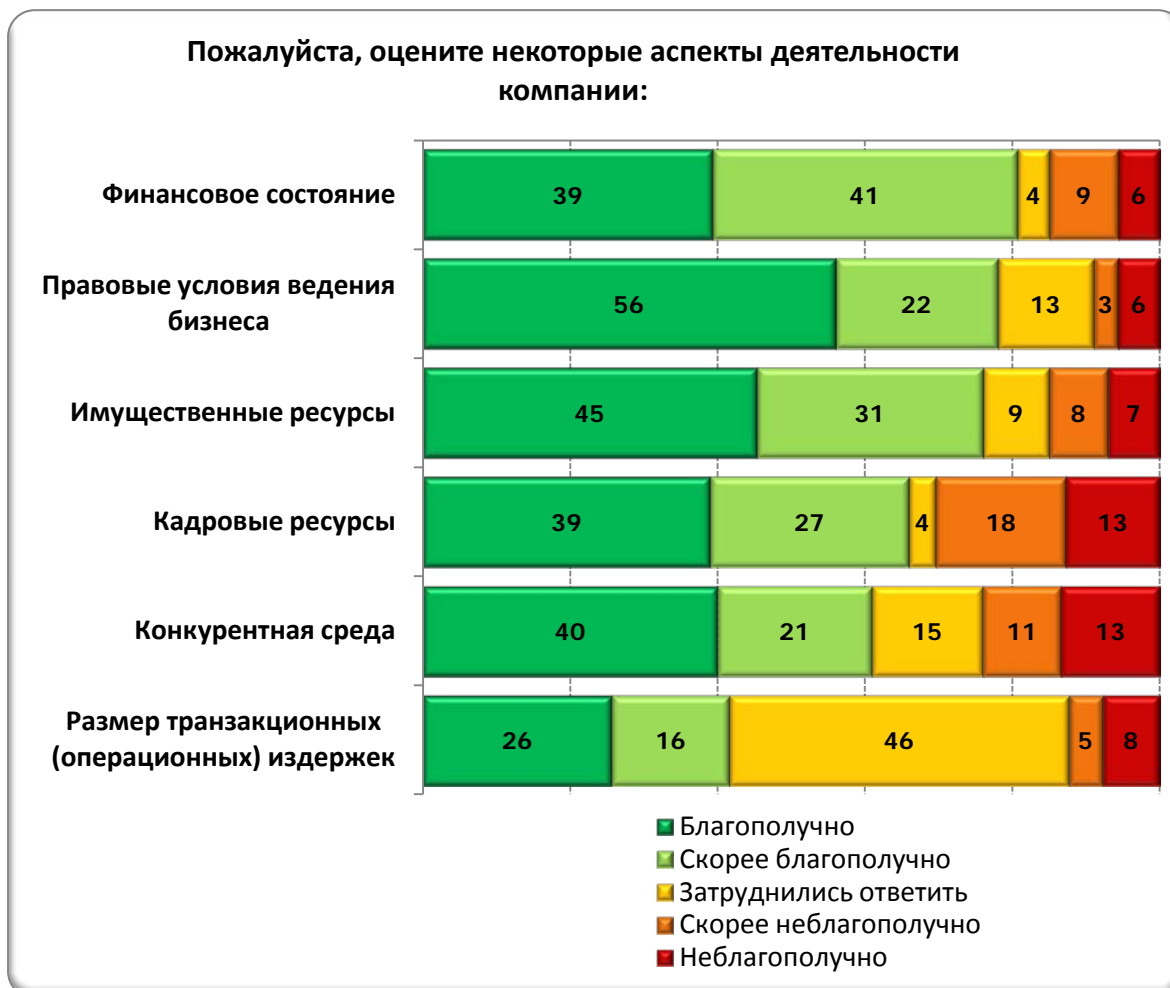


*Рис. 12. Привлечение кредитных средств в разрезе разных сегментов МСП, 2013 г.*

Наиболее активно привлекали кредитные средства в 2013 году представители малого бизнеса (28% против 23% у среднего бизнеса), а также компании из отраслей торговля (38%) и обслуживание населения (23%).

### 3.3. Оценка различных аспектов собственной деятельности

Рис. 13. Оценка различных аспектов деятельности компаний в ЯНАО (2013 г.)

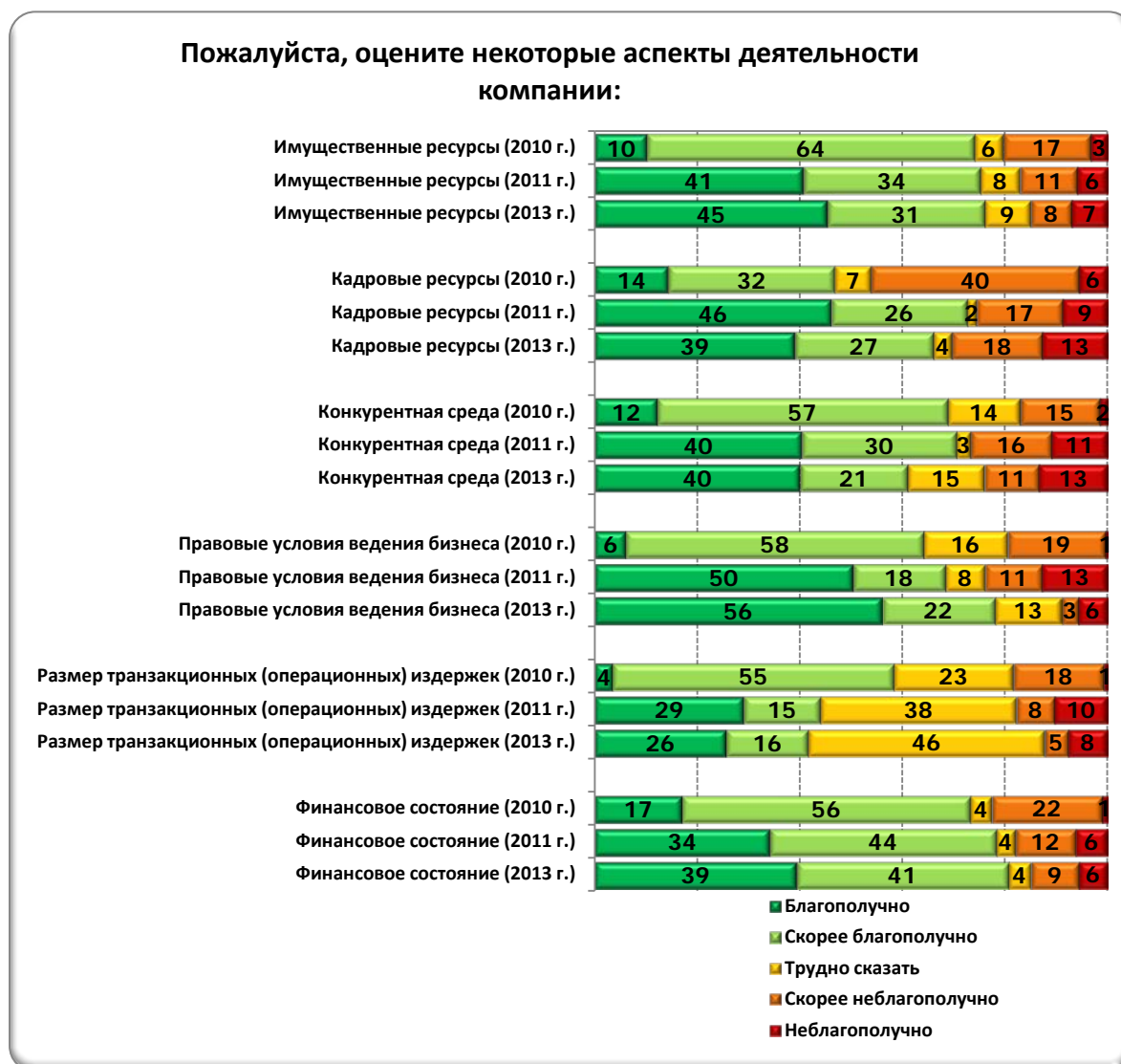


В целом представители компаний позитивно оценивают основные аспекты деятельности своих компаний. Лучше всего оцениваются финансовое состояние компании (80% оценили его как благополучное или скорее благополучное), правовые условия ведения бизнеса (78% оценили их как благополучные или скорее благополучные) и имущественные ресурсы (76%). Далее следуют кадровые ресурсы (66%), конкурентная среда (61%) и размер транзакционных издержек (42%).



Сопоставление распределений на данный вопрос с распределениями 2010-2011 гг. показывает разнонаправленные изменения по разным аспектам функционирования бизнеса: в частности, отмечается улучшение правовых условий ведения бизнеса, а также финансового состояния компаний; в свою очередь, наблюдается негативная динамика по кадровому вопросу, по размеру транзакционных издержек, а также по вопросу оценки конкурентной среды. Оценка показателя имущественных ресурсов осталась без изменений примерно на уровне 2011 г.

Рис. 14. Оценка различных аспектов деятельности компаний в ЯНАО (2010-2013 гг.)



#### 4.1. Сравнительная оценка условий для бизнеса

Среди различных параметров делового климата, которые оценивались респондентами по 10-балльной шкале («1» - очень плохо, «10» - очень хорошо), самые высокие оценки получили торговые связи с другими регионами (25% поставили этому пункту оценку в 10 баллов), регистрация компании (22% 10-балльных оценок), 19% - получение разрешения на определенные виды деятельности.

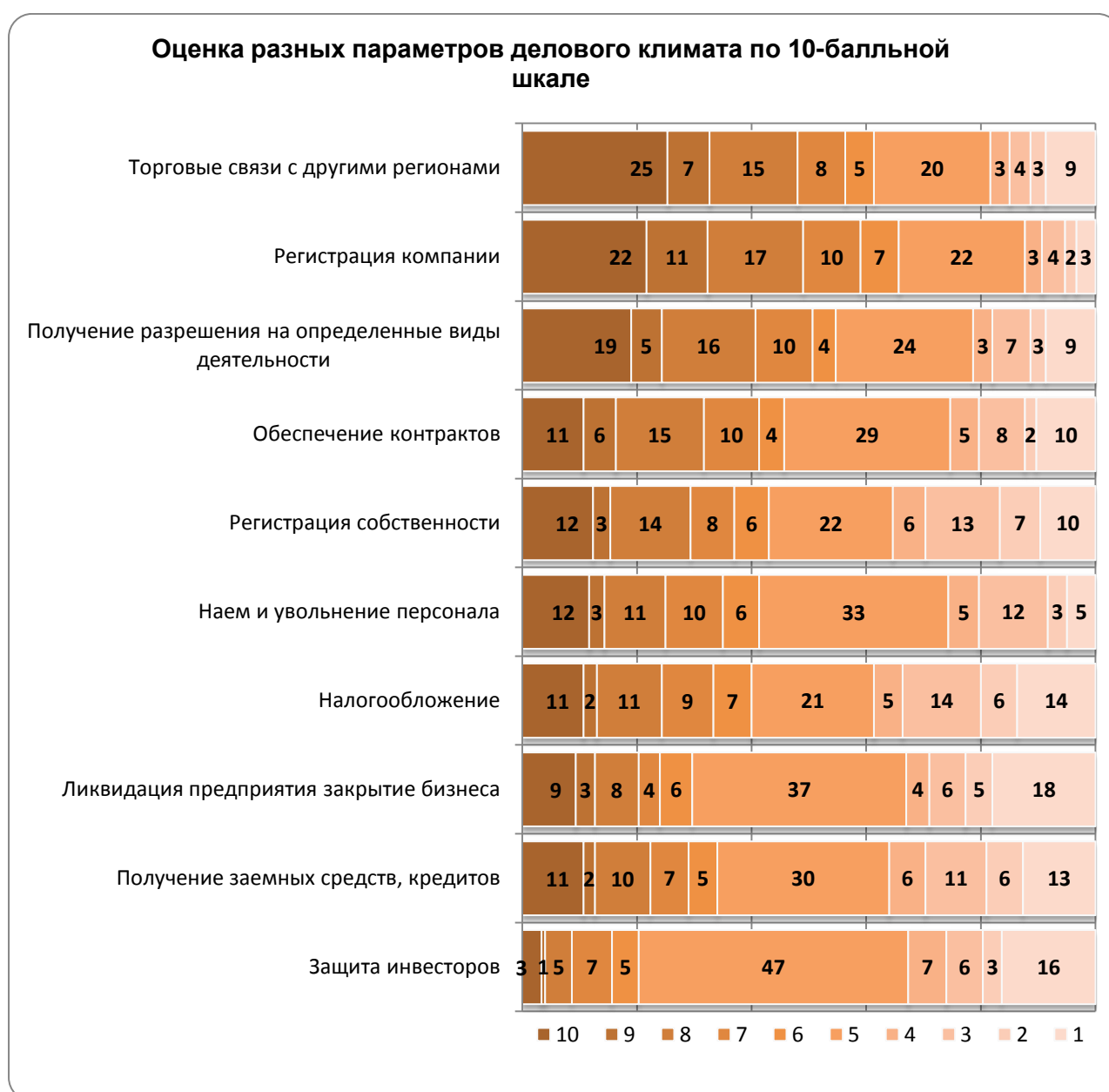
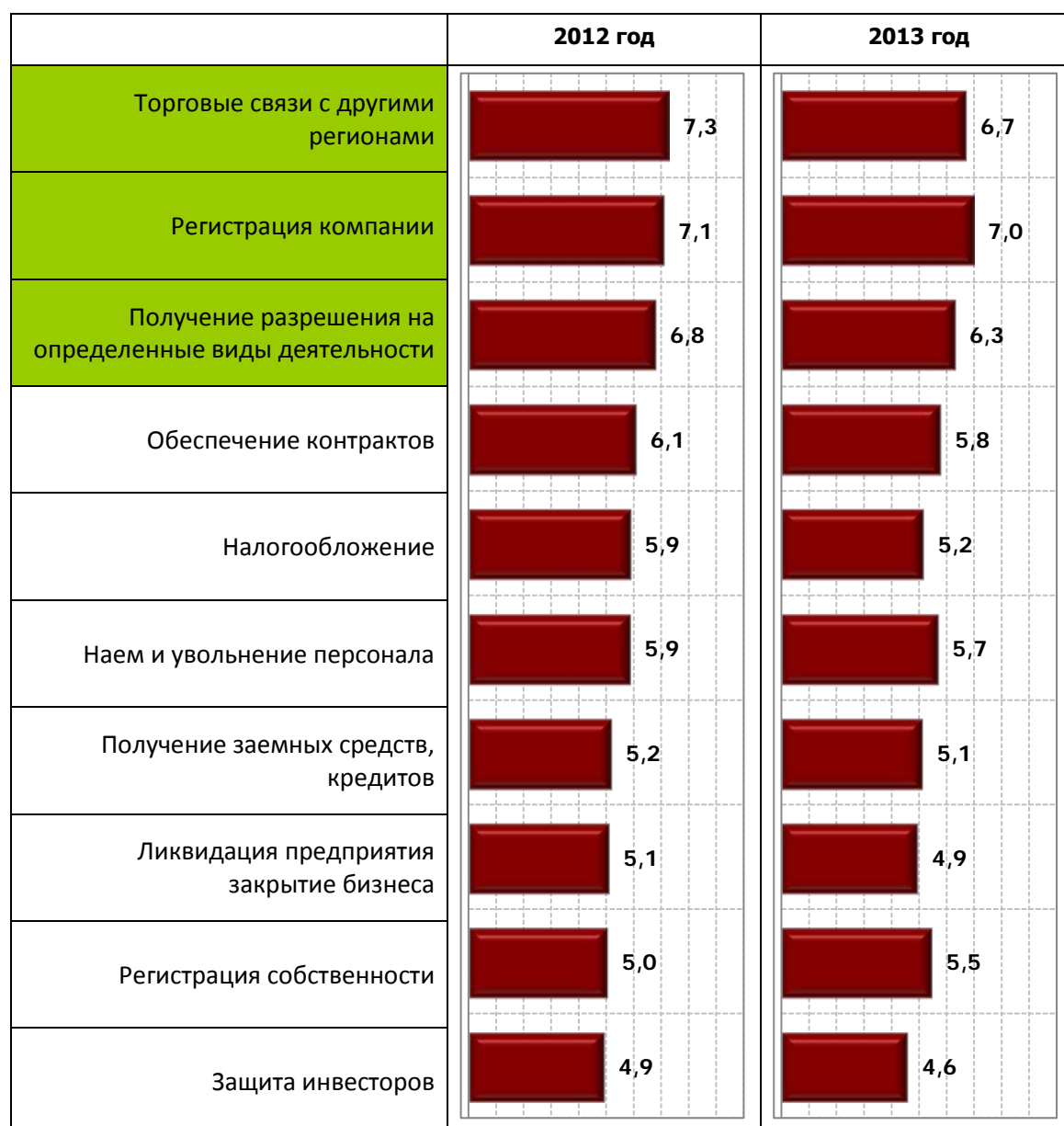


Рис. 15. Оценка разных параметров делового климата по 10-балльной шкале

**Средние оценки разных параметров делового климата по 10-балльной шкале***Рис. 16. Средние оценки параметров делового климата по 10-балльной шкале*

Анализ средних оценок по 10-балльной шкале показывает, что три лидирующих параметра делового климата (торговые связи, регистрация компании, получение разрешений) набирают в среднем 6,3-7,0 баллов, тогда как три самых отстающих параметра (защита инвесторов, регистрация собственности, ликвидация предприятий) набирают 4,6-5,5 баллов. Состав тройки лидеров и тройки аутсайдеров в 2013 году не поменялся.

К полученным данным десятибалльных оценок разных параметров делового климата ЯНАО была применена процедура факторного анализа, для редуцирования (т.е. уменьшения количества) указанных выше параметров в меньшее количество факторов.

В данном случае, факторный анализ позволил перейти от 10 исходных переменных к 4 латентным факторам, описанным ниже. При этом каждый фактор коррелирует с определенными исходными переменными, что позволяет его проинтерпретировать.

Факторный анализ проводился с использованием статистического пакета SPSS 13.0 методом главных компонент, с вращением варимакс с нормализацией Кайзера, 7 итераций. Размер полной объясненной дисперсии составил 63,67%, что является хорошим показателем.

В результате процедуры факторного анализа было выделено 4 фактора, которые обозначены далее как фактор А, В, С и D.

*Таб. 3. Матрица результатов факторного анализа*

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
<b>Регистрация компании (открытие бизнеса)</b>	<b>0.76</b>			
<b>Ликвидация предприятия закрытие бизнеса</b>	<b>0.76</b>			
<b>Налогообложение</b>	<b>0.54</b>	<b>0.41</b>		
<b>Регистрация собственности</b>		<b>0.84</b>		
<b>Получение заемных средств, кредитов</b>		<b>0.58</b>		
<b>Защита инвесторов</b>		<b>0.58</b>	<b>0.43</b>	
<b>Торговые связи с другими регионами</b>			<b>0.78</b>	
<b>Обеспечение контрактов</b>			<b>0.73</b>	
<b>Наем и увольнение персонала</b>				<b>0.85</b>
<b>Получение разрешения на определенные виды деятельности</b>				<b>0.48</b>

Значения в ячейках таблицы показывают корреляцию между каждым фактором (перечислены по столбцам) и соответствующими переменными (перечислены по строкам). Чем ближе значение в ячейке по модулю к единице, тем более сильным является вклад соответствующей переменной в соответствующий фактор.

Проинтерпретировать выделенные факторы можно следующим образом:

- **Фактор А:** подчеркивает аспекты, связанные с регистрацией или ликвидацией бизнеса, а также особенностями регионального налогообложения.
- **Фактор В:** в основном, связан со степенью защиты прав инвесторов, легкостью получения заемных средств и кредитов.
- **Фактор С:** акцентирует внимание на межрегиональных торговых связях и обеспечении контрактов.
- **Фактор D:** фокусируется на вопросах, связанных с наймом и увольнением персонала, что напрямую связано с получением лицензий на те или иные виды деятельности.

#### 4.2. Оценка легкости выхода на рынок

Выход на рынок ЯНАО для сторонней компании 45% назвали легким или скорее легким, что заметно больше, чем в 2011 году, когда этот показатель замерялся в последний раз. Лишь 22% опрошенных оценили выход на рынок ЯНАО как сложный или скорее сложный. 20% опрошенных заняли промежуточную позицию, не назвав его ни сложным, ни легким.

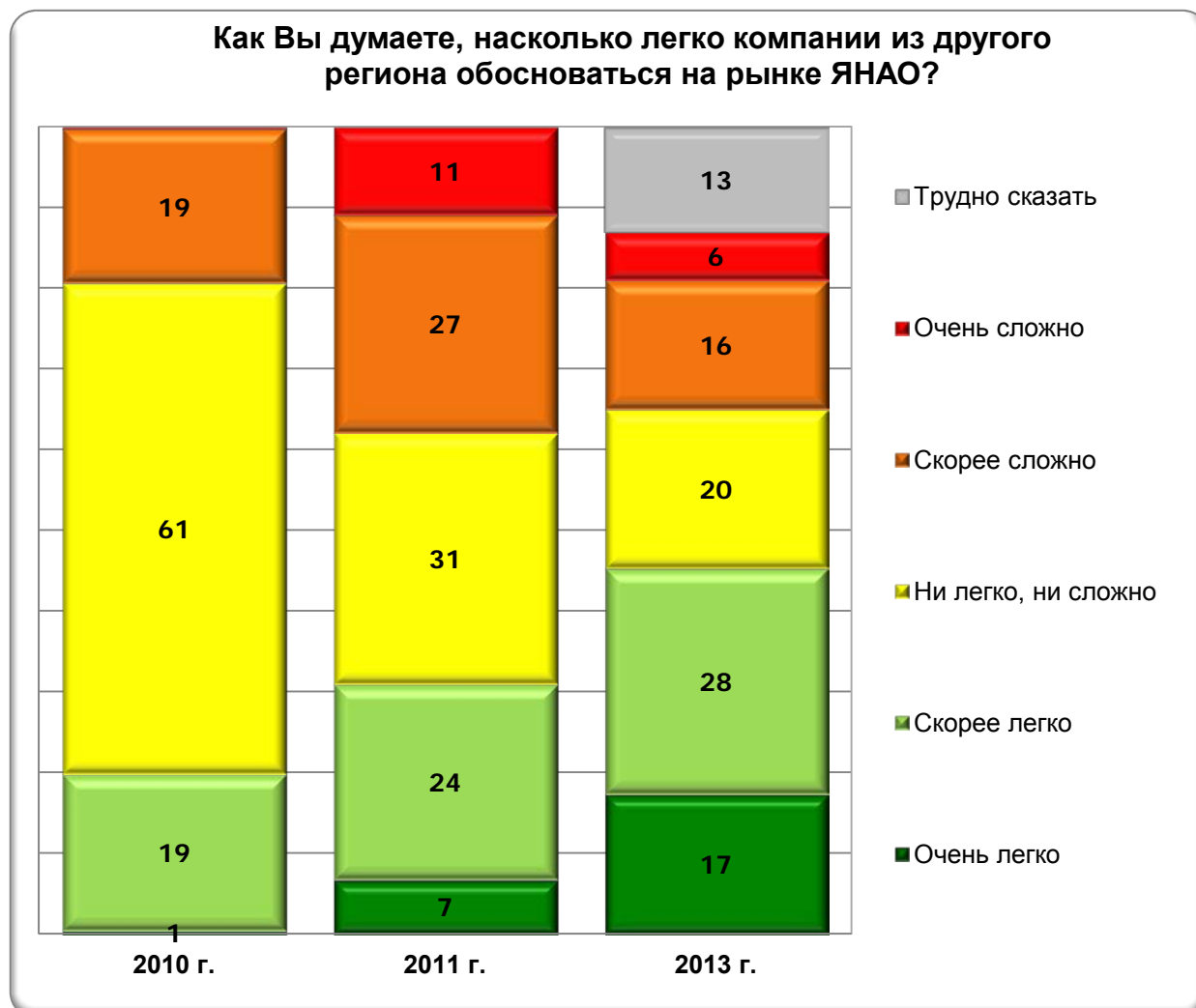


Рис. 17. Оценка легкости выхода на рынок ЯНАО для компании из другого региона

Подобное распределение ответов следует признать скорее негативным с точки зрения работающих на рынке предпринимателей: по мнению представителей МСП региона, администрация должна по возможности защищать их от экспансии компаний из других субъектов РФ, т.к. эти компании ассоциируются с большими ресурсами и возможностями, а следовательно – с угрозой выдавливания «коренных игроков» с рынка.

По вопросу о том, каковы условия для ведения бизнеса в ЯНАО по сравнению с другими регионами РФ, мнения респондентов распределились следующим образом: 31% полагают, что в ЯНАО условия лучше, 19% придерживаются противоположной точки зрения, 27% считают, что везде одинаково, наконец, 23% затруднились ответить на данный вопрос.

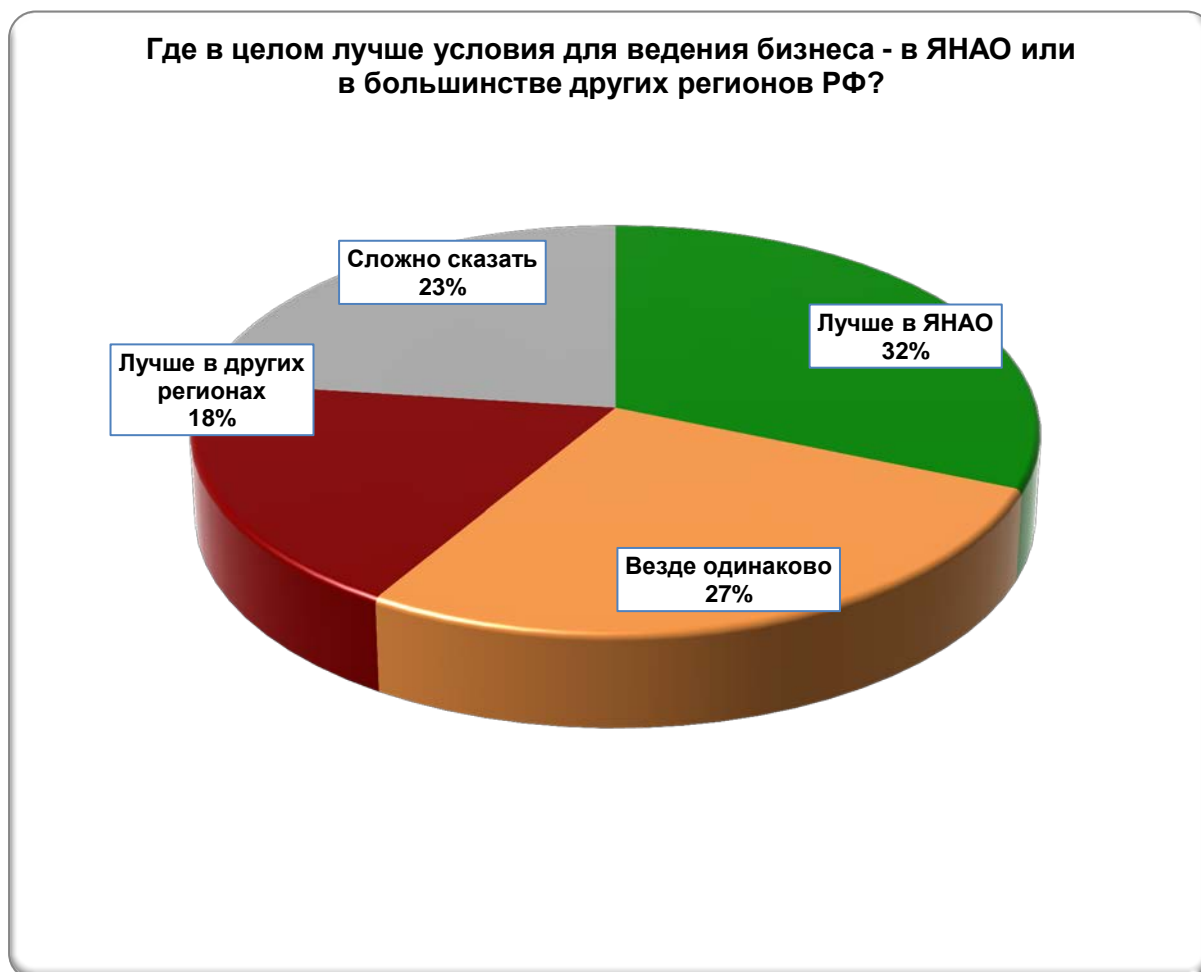


Рис. 18. Сравнение условий для ведения бизнеса в ЯНАО и других регионах РФ

Статистически значимых различий в распределениях ответов на данный вопрос не наблюдается в разрезе размера и отрасли опрошенных предприятий.

Сравнение полученных результатов с данными опросов представителей малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге и Костромской области<sup>4</sup> позволяют сделать вывод о том, что данный показатель в ЯНАО заметно превосходит уровень выше упомянутых регионов, что свидетельствует о более благоприятном инвестиционном климате и в целом – бизнес-климате в ЯНАО по сравнению как минимум с двумя данными регионами (см. следующую диаграмму).

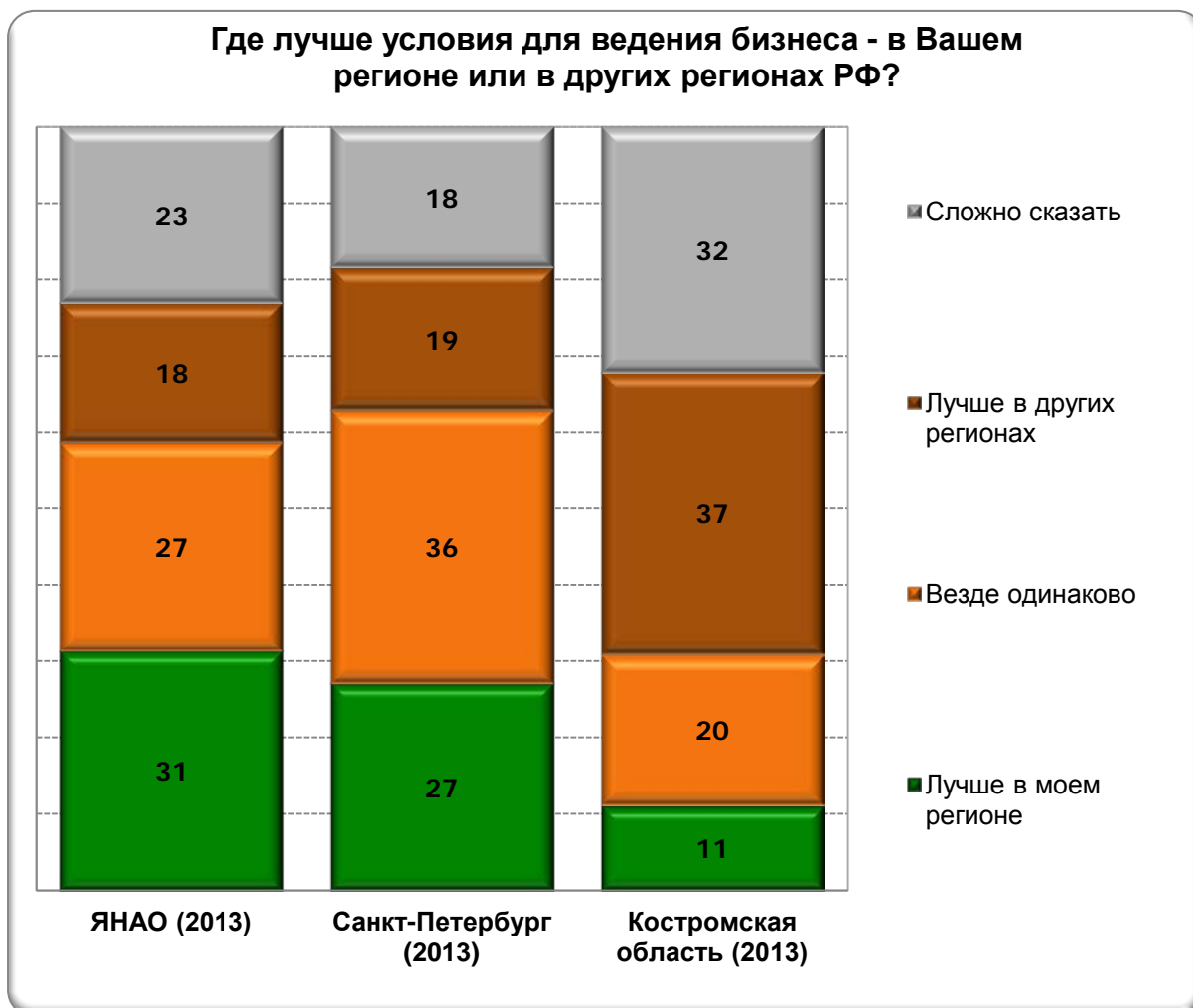


Рис. 19. Сравнение условий для ведения бизнеса (по результатам опросов в других регионах РФ)

<sup>4</sup> Показатели по Санкт-Петербургу и Костромской области рассчитаны по результатам инициативных исследований Topline Marketing & Consulting, проведенных в этих регионах в сентябре 2013 г. Выборка в Санкт-Петербурге составила 350 респондентов, в Костромской области – 150 респондентов. Целевая группа – представители малого и среднего бизнеса.

### 4.3. Основные препятствия для развития малого и среднего предпринимательства

Назовите три наиболее острые проблемы, мешающие развитию МСП в ЯНАО



Рис. 20. Основные препятствия для развития малого и среднего предпринимательства



Анализ рейтинга препятствий для развития МСП показывает, что традиционно актуальная для региона проблема нехватки кадров в 2013 году сохранилась на том же высоком уровне, на котором она была зафиксирована в 2012 году: в среднем по выборке ее отметили 40% опрошенных (в 2011 году – только 35%), при этом оценки опрошенных представителей среднего и малого бизнеса оказались практически равными.

Доля недовольных особенностями налогообложения в регионе в 2013 году вернулась на уровень 2010-2011 годов (до 34%).

Проблема роста цен, которая в 2012 г занимала третье по популярности место, сейчас опустилась в рейтинге, пропустив вперед такие проблемы, как нехватка помещений под аренду (18%), высокие тарифы для предприятий (17%) и неразвитость инфраструктуры транспорта и энергетики (17%).

### 5.1. Оценка уровня административных барьеров

Данный раздел отчета посвящен оценке уровня восприятия респондентами административного давления на малый и средний бизнес:

- Оценка общего уровня административных барьеров
- Рейтинг регулирующих органов власти, чья контрольно-надзорная деятельность сильнее всего мешала работе предприятий МСП в 2013 году

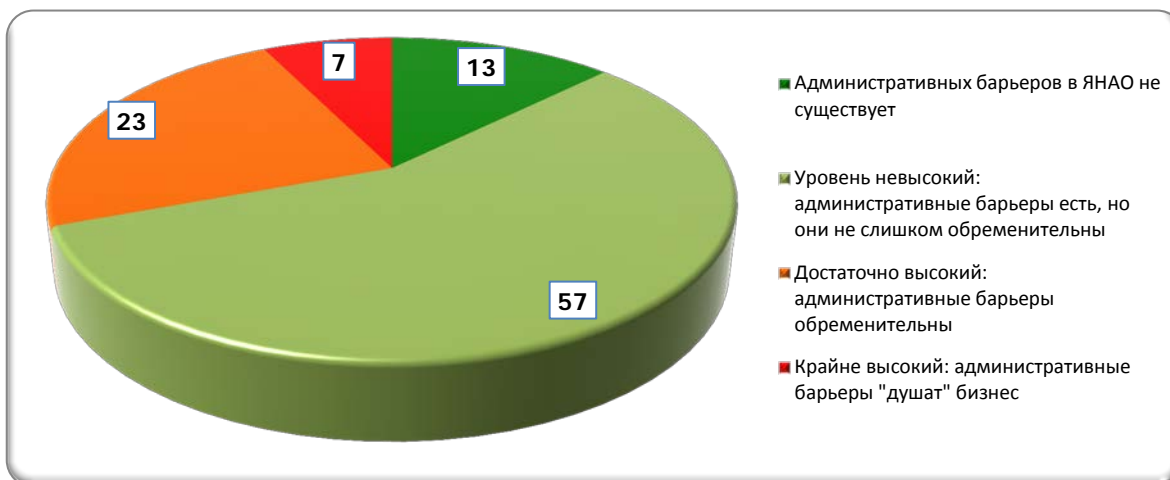
Уровень административных барьеров в 2013 году оценивается как несколько более низкий по сравнению с 2012 годом, но по-прежнему превышающим показатели 2011 года. Доля тех, кто оценил административные барьеры как очень высокие, снизилась с 8% до 7%; доля тех, кто оценил административные барьеры как достаточно высокие, снизилась с 26% до 23%. Доля тех, кто ответил, что административные барьеры в ЯНАО невысоки или вообще отсутствуют, выросла с 67 до 70%.



Рис. 21. Динамика оценок уровня административных барьеров в ЯНАО

### Оценка уровня административных барьеров

(% по всем респондентам)



(% по группам респондентов)

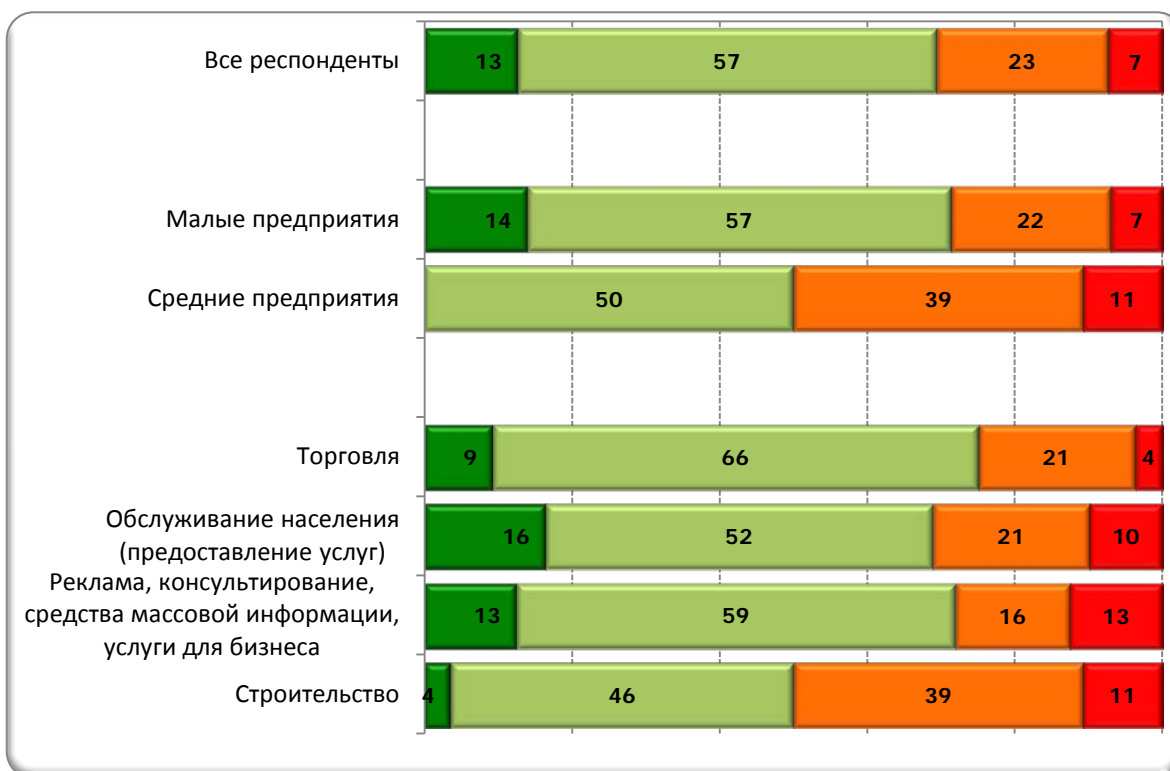


Рис. 22. Оценка уровня административных барьеров в разных группах компаний

В 2013 году также проявилась тенденция того, что представители среднего бизнеса склонны чаще жаловаться на уровень административных барьеров, чем представители малого бизнеса.

Сравнение по данному показателю с Санкт-Петербургом и Костромской областью вновь показывает преимущество ЯНАО даже по сравнению с Санкт-Петербургом. В двух указанных регионах предприниматели склонны к более негативным оценкам административных барьеров, препятствующих развитию бизнеса. Данный показатель коррелирует с приводившимися выше сравнительными данными по оценке благоприятности условий для ведения бизнеса в этих регионах.

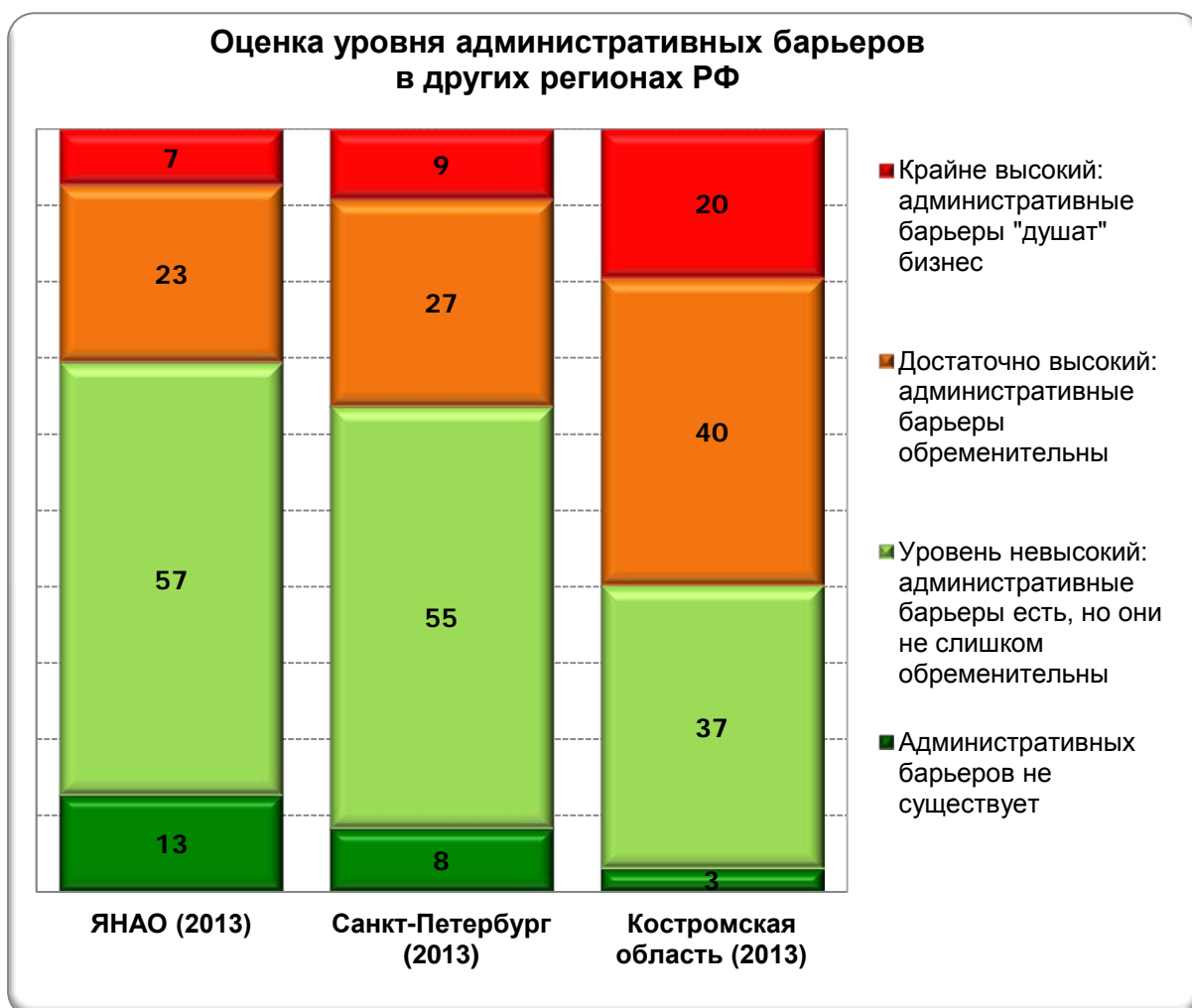
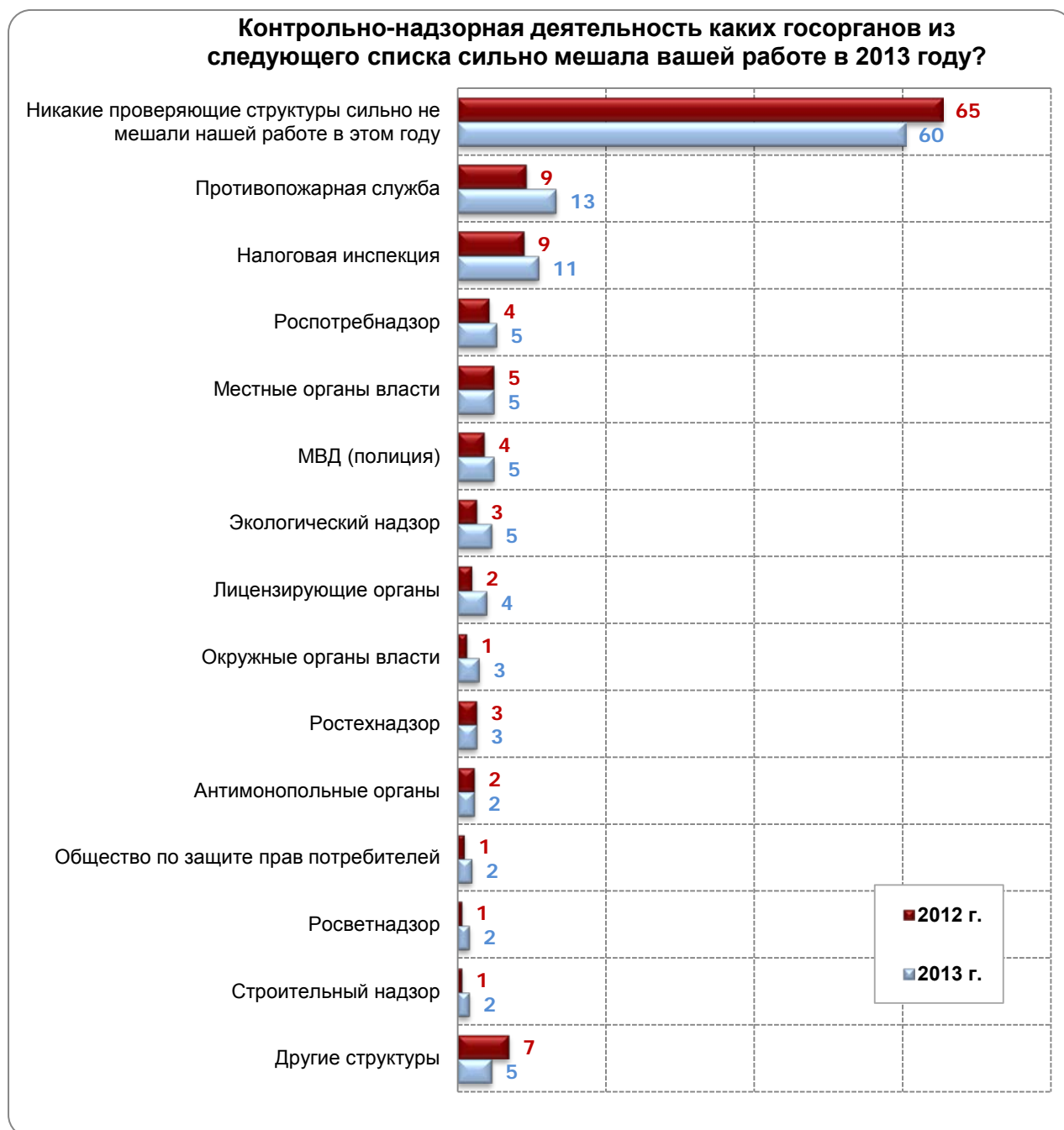


Рис. 23. Сравнение уровня административных барьеров в разных регионах РФ (по результатам опросов в других регионах РФ)

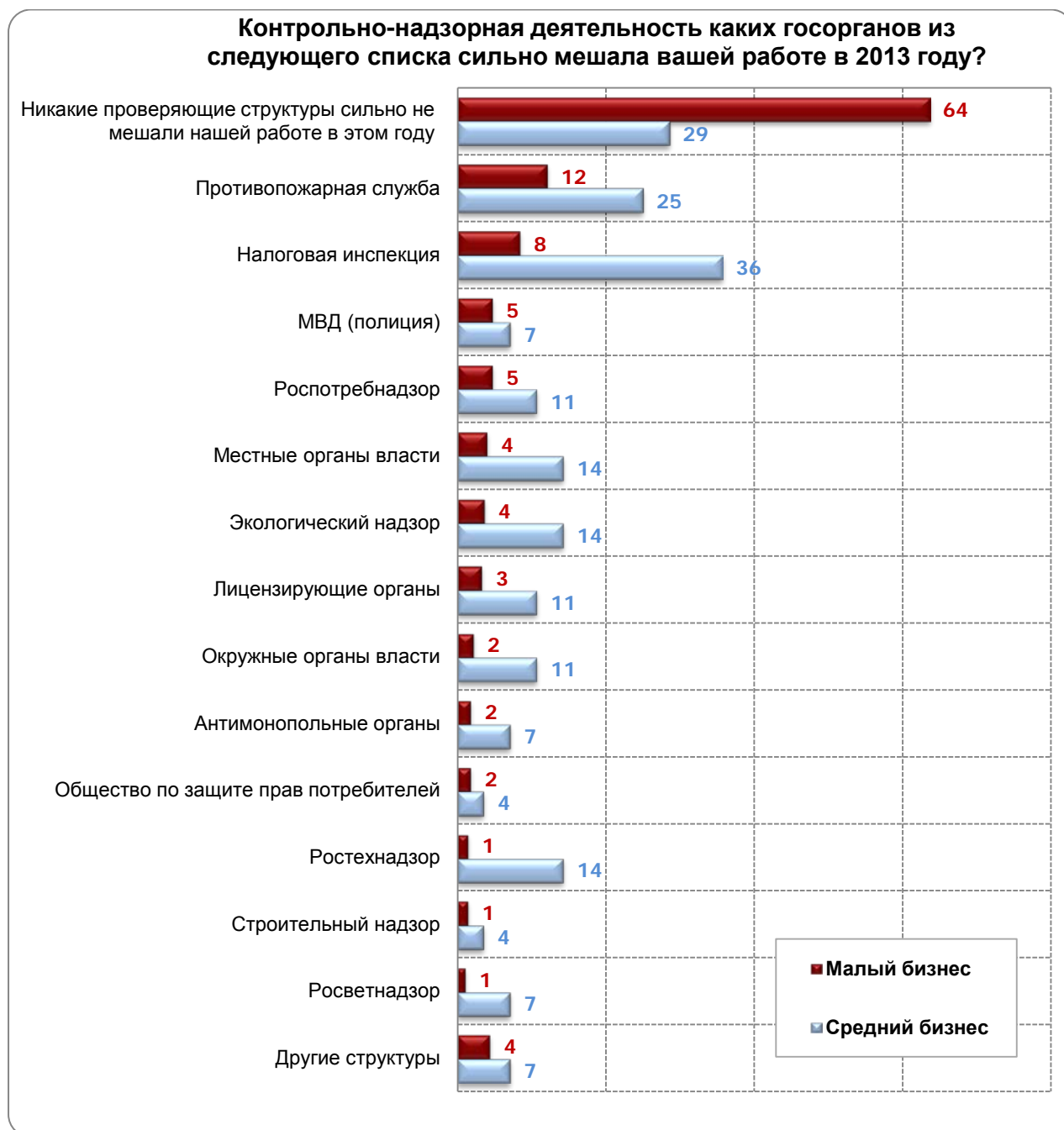
Из различных контрольно-надзорных органов противопожарная служба и налоговая инспекция чаще всего назывались в списке тех, чья деятельность сильно мешала работе бизнеса как в 2013, так и в 2012 году. Применительно к данному вопросу, их отметили по 11-13% опрошенных. Далее следуют Роспотребнадзор (5%), местные органы власти (5%), МВД (5%), Ростехнадзор (3%), Экологический надзор (3%), Антимонопольные органы (2%), лицензирующие органы (2%). Остальные организации были упомянуты в менее чем 1% случаев.

60% опрошенных (на 5% меньше по сравнению с 2012 годом) заявили, что никакие контрольно-надзорные организации не мешали сильно их деятельности в 2013 году.



*Рис. 24. Рейтинг контрольно-надзорных органов, чья деятельность сильнее всего мешала работе малого и среднего бизнеса в 2012-2013 гг.*

Обращают на себя внимание значительные различия по данному вопросу между представителями малого и среднего бизнеса, отраженные на следующей диаграмме.



*Рис. 25. Рейтинг контрольно-надзорных органов, чья деятельность сильнее всего мешала работе малого и среднего бизнеса в 2013 г. (в разрезе размера компаний)*

Лишь 29% представителей среднего бизнеса заявили, что их работе в 2013 году не мешали представители различных проверяющих структур. Наибольшие проблемы среднему бизнесу в 2013 году доставили представители налоговой инспекции (36%) и противопожарной службы (29%).

## 5.2. Оценка уровня коррупции и эффективности мер по борьбе с ней

В данном разделе отчета приводятся распределения ответов респондентов, связанные с восприятием уровня взяточничества в регионе:

- Оценка уровня коррумпированности органов государственной, региональной и муниципальной власти

В 2012 и 2013 годах вопрос об уровне коррумпированности разных органов власти задавался в разбивке по территориальным органам федеральной власти, исполнительным органам власти автономного округа, муниципальным органам власти.

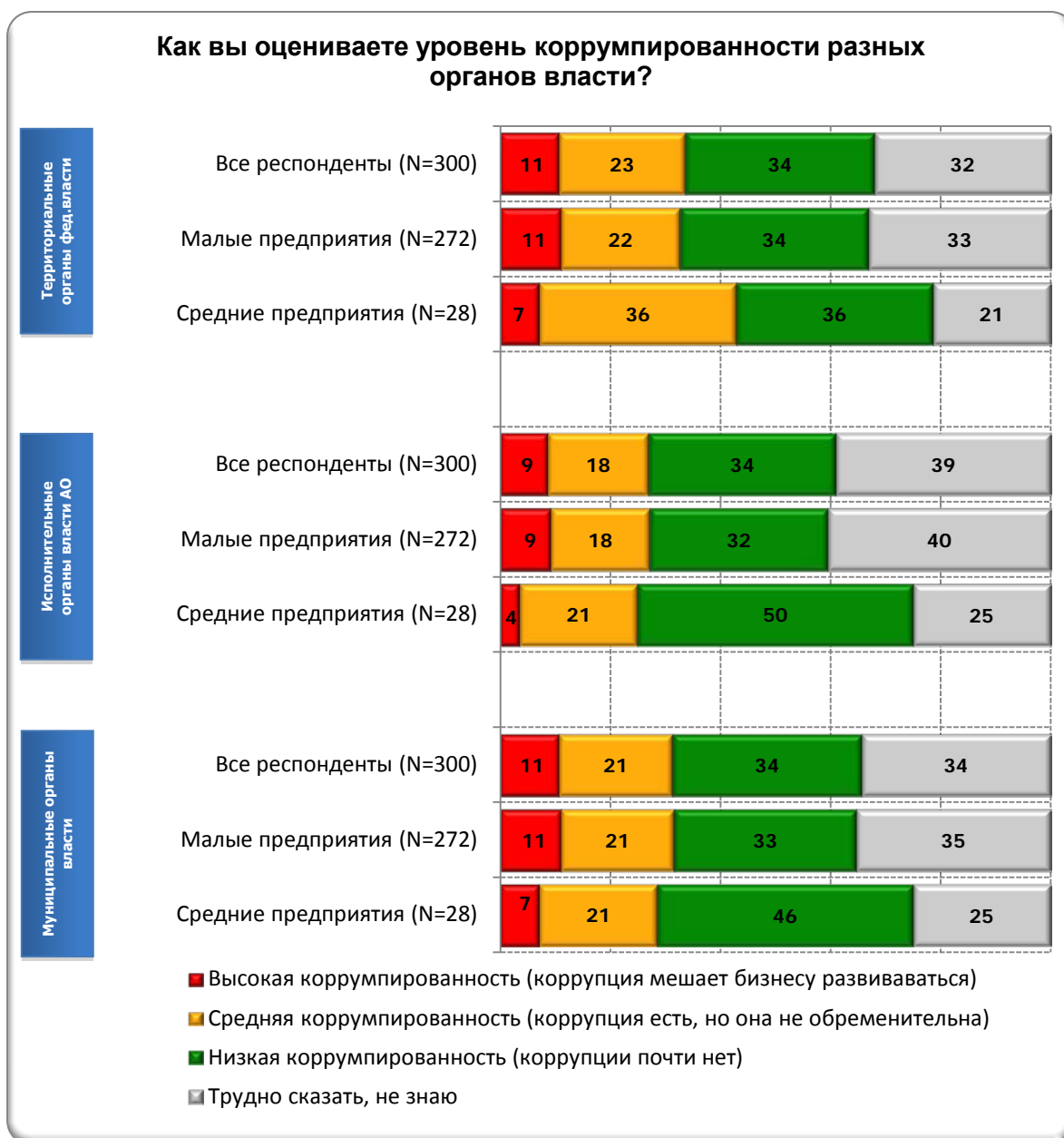


Рис. 26. Оценка уровня коррумпированности органов власти различного уровня

Полученные ответы практически одинаковы по всем уровням власти, при этом заметна тенденция, что представители среднего бизнеса оценивают ситуацию с коррупцией как более благоприятную, по сравнению с представителями малого бизнеса.

Усредняя полученные оценки, можно сказать, что 10% опрошенных зафиксировали высокую коррумпированность органов власти, 21% - среднюю, 34% - низкую, 35% опрошенных отказались отвечать на данный вопрос.

По сравнению с 2012 годом, заметно уменьшение доли тех респондентов, которые оценивают уровень коррумпированности как высокий, снизилось почти в полтора раза, что является очень позитивным показателем и, что немаловажно, идет против общероссийских тенденций (показывающих возрастание восприятия коррумпированности органов власти)<sup>5</sup>.

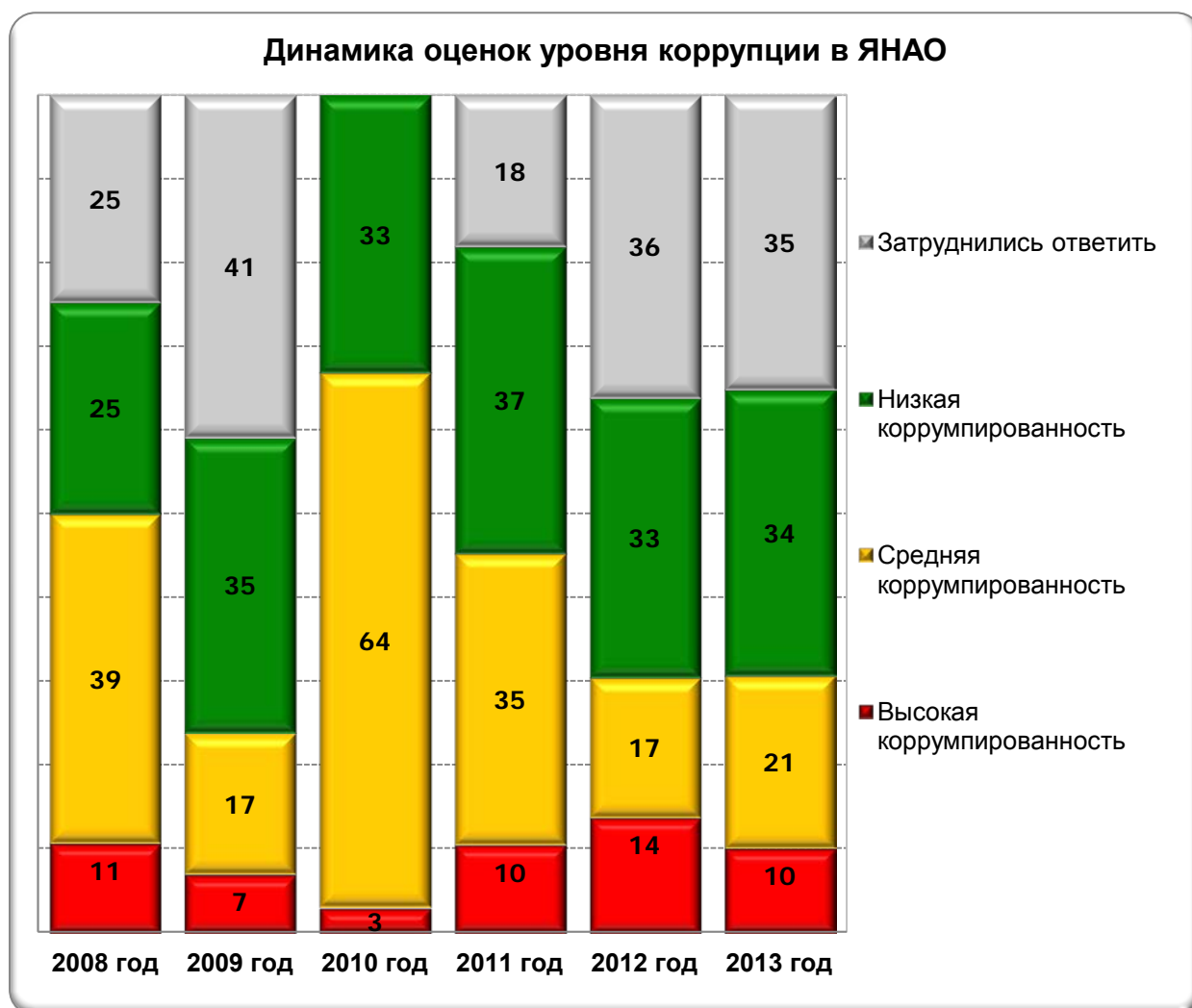


Рис. 27. Динамика оценок уровня коррупции в ЯНАО

<sup>5</sup> См., например, рейтинг наиболее тревожащих россиян проблем по результатам массовых опросов «Левада-центра» - <http://www.levada.ru/20-03-2013/rossiyan-trevozhat-tseny-bednost-i-korrupsiya>: доля тех, кто отметил коррупцию, в 2012 г. составила 37%, тогда как в 2011 г. ее отметили лишь 31%.



Эффективность мер по борьбе с коррупцией в ЯНАО оценивается в целом на достаточно высоком уровне: доля тех, кто дал позитивные оценки (47%) заметно превышает долю тех, кто дал негативные оценки (9%), однако 43% выборки затруднились оценить эффективность данных мер, что свидетельствует о недостаточной информированности предпринимателей об антикоррупционной кампании в округе.

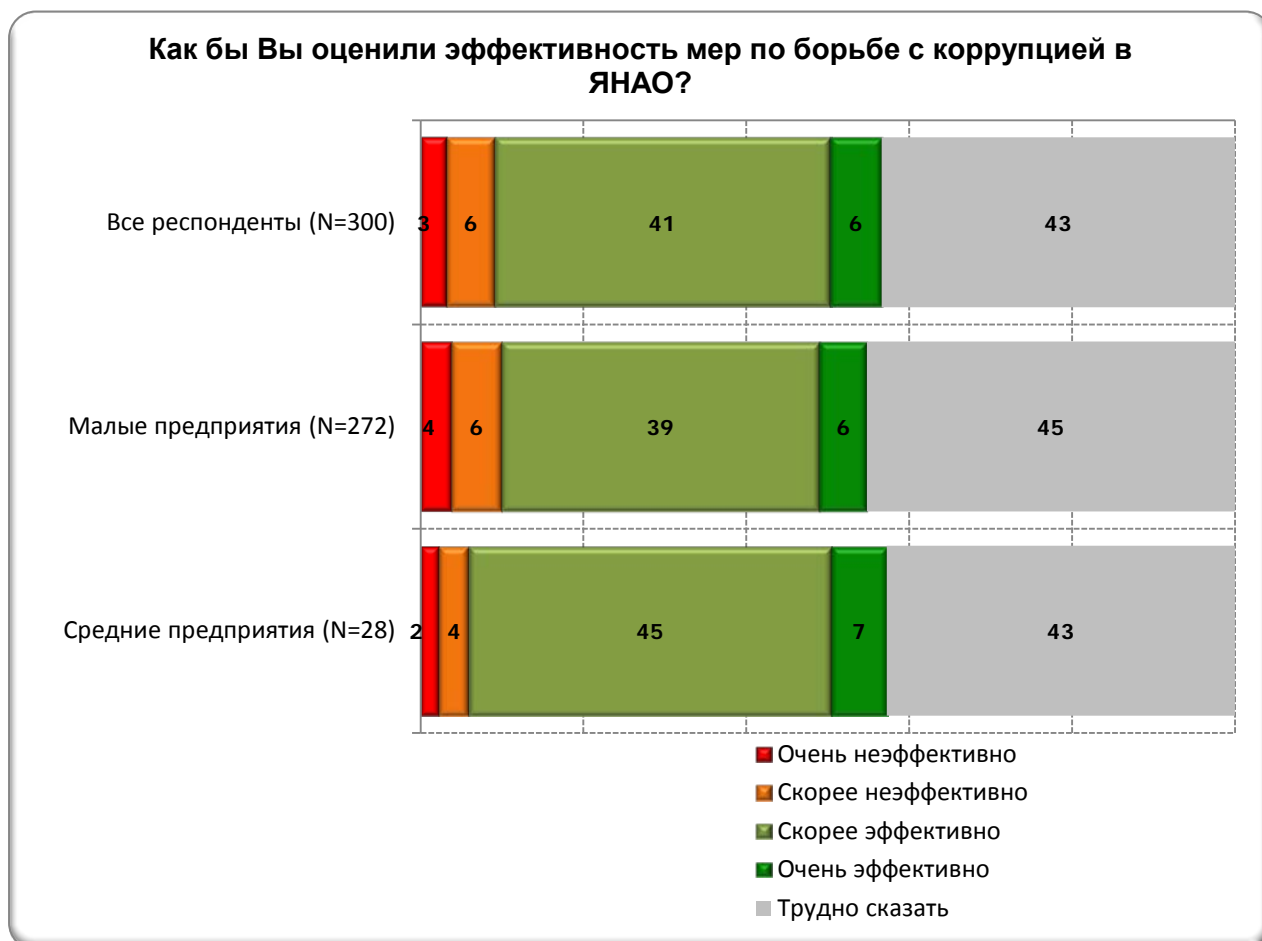


Рис. 28. Оценка эффективности мер по борьбе с коррупцией в ЯНАО

В данном разделе отчета содержится следующая информация:

- оценка внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития малого и среднего бизнеса и предпринимательства;
- виды помощи, которые компании получали со стороны органов власти в рамках программ поддержки малого и среднего бизнеса;
- оценка полезности этих программ для развития компаний респондентов;
- оценка популярности услуг организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства, в том числе:
  - фондов поддержки малого и среднего предпринимательства;
  - гарантийного фонда;
  - бизнес-инкубаторов;
  - микрофинансовых организаций;
  - технопарков;
  - торгово-промышленной палаты.
- информированность о программах поддержки предпринимательства, реализуемых в округе;
- популярность источников информации (- СМИ (радио, телевидение, печатные издания); интернет-ресурсы (сайты фондов, ИОГВ, ОМСУ, НКО и т.д.); непосредственное консультирование в ИОГВ, ОМСУ, фондах, НО и т.д.);
- частота использования информации о реализуемых мерах поддержки;

### 6.1. Оценка внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития малого и среднего предпринимательства

Как результаты экспертных интервью, так и результаты массового опроса предпринимателей показывают, что предпринимательское сообщество в целом удовлетворено объемом внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития малого и среднего предпринимательства.

48% оценивают объем внимания как вполне достаточный, 32% - как достаточный, но при этом с пожеланием, чтобы внимания было больше, наконец, лишь 21% оценили объем внимания как недостаточный (при этом данная позиция преимущественно распространена среди представителей малых предприятий, тогда как представители среднего бизнеса выбирали данный ответ лишь в 16% случаев).

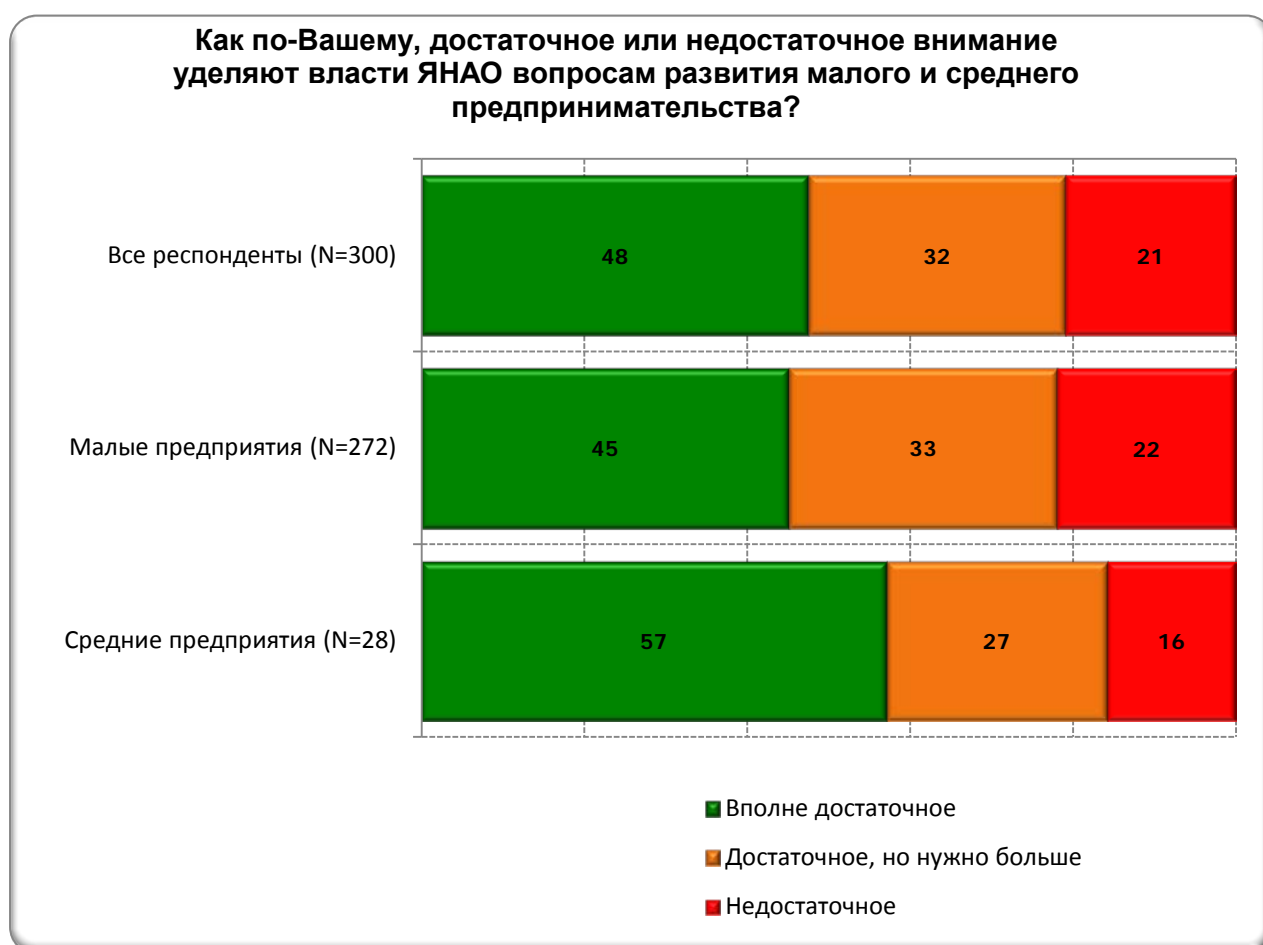
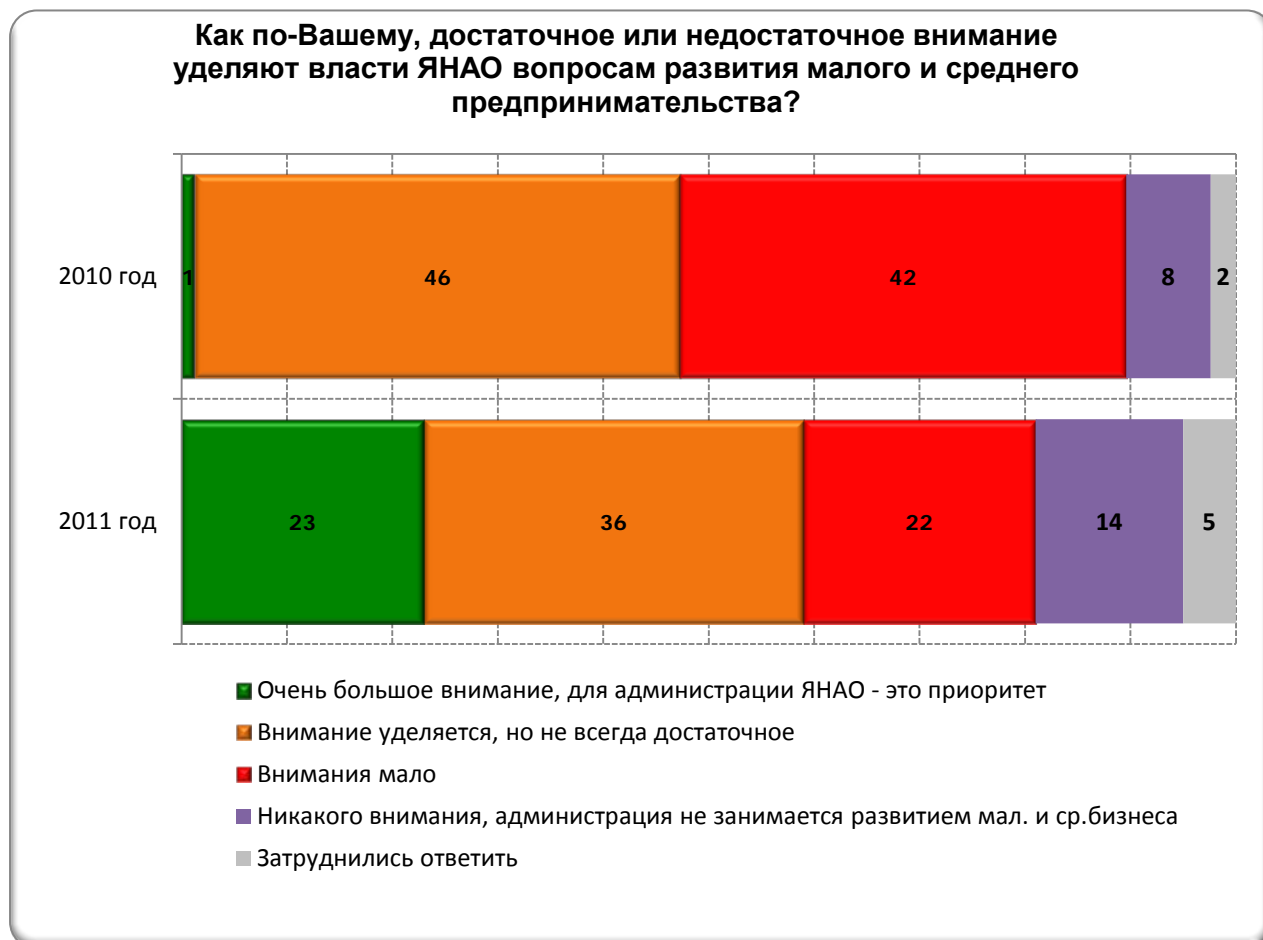


Рис. 29. Оценка внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития МСП

Сравнение данного показателя с распределением ответов на тот же вопрос в 2010-2011 гг. показывает существенную положительную динамику, несмотря на то, что в 2010-2011 гг. применялась другая шкала ответов (см. следующую диаграмму).



*Рис. 30. Оценка внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития МСП (2010-2011 гг.)*

Если в 2011 году доля тех, кто ответил, что администрация ЯНАО уделяет большое внимание вопросам развития МСП, составляла 23%, то к 2013 г. этот показатель удвоился (47,5%). Соответственно, доля тех, кто полагает, что администрация ЯНАО уделяет развитию МСП мало внимания, сократился с 36% в 2011 г. до 21% в 2013 г. Отметим, что показатели 2011 года, в свою очередь, были значительно лучше показателей 2010 года. Таким образом, можно констатировать, что по сравнению с 2010 годом предпринимательское сообщество в разы лучше стало замечать и оценивать поддержку, осуществляемую органами администрации ЯНАО в адрес субъектов МСП.

Сравнение данного показателя с результатами аналогичных исследований в Санкт-Петербурге и Костромской области вновь показывает лидерство ЯНАО. Если разница с Петербургом практически незаметна и укладывается в рамки статистической погрешности, то, например, в Костромской области показатели оказались примерно вдвое хуже, чем в ЯНАО.

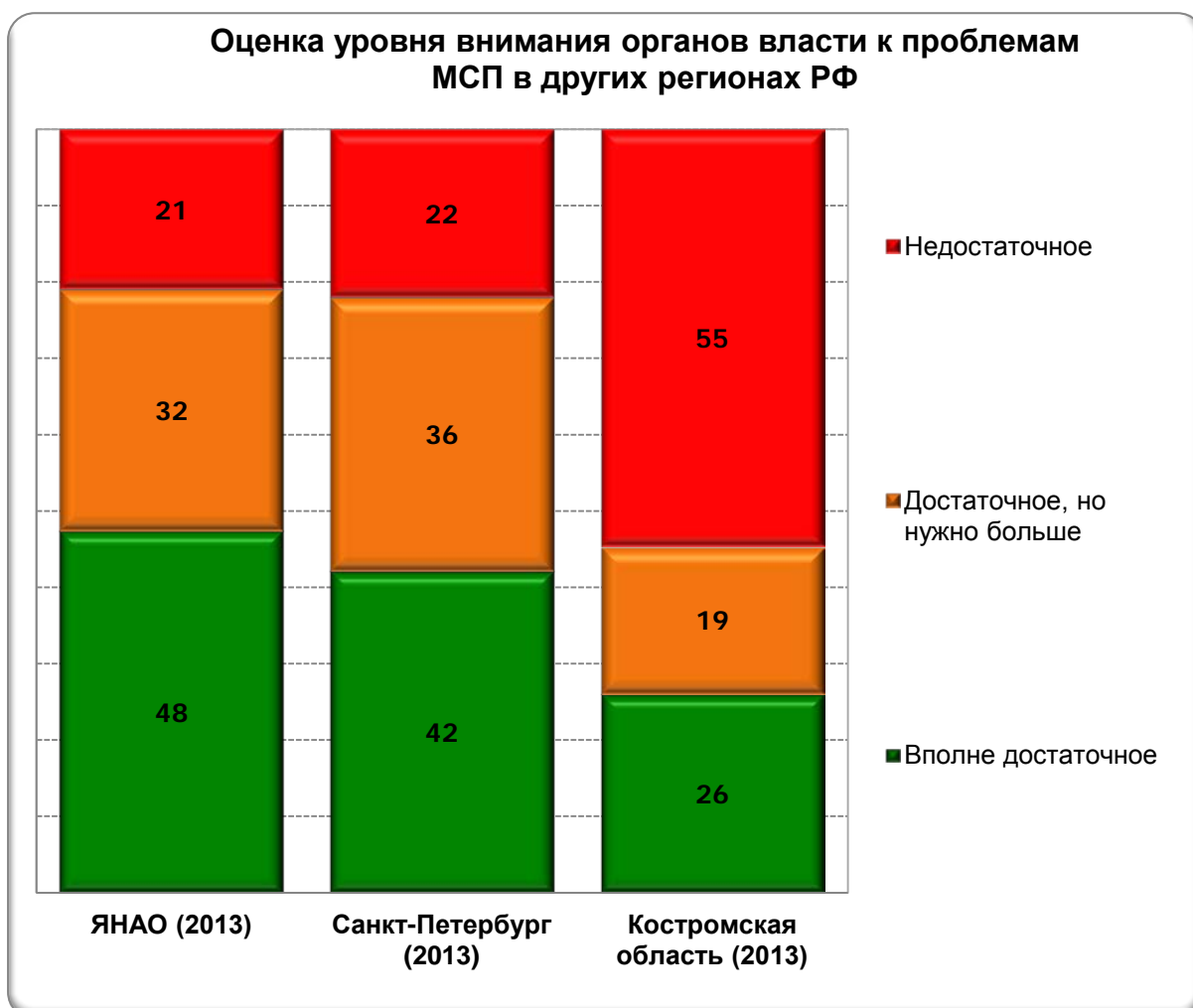


Рис. 31. Сравнение уровня внимания органов власти к проблемам МСП (по результатам опросов в других регионах РФ)

## 6.2. Виды помощи, получаемые со стороны органов власти в рамках программ поддержки малого и среднего бизнеса

Среди различных мер государственной поддержки наиболее востребованный среди респондентов вариант (так же, как и в 2012 году) – прямая финансовая поддержка: эту альтернативу выбрали 32% опрошенных (на 5% меньше по сравнению с результатами волны мониторинга за 2012 год). К этой же группе ответов примыкает значительная часть тех, кто выбрал вариант «другое» (поместив в него преимущественно упоминания о «дешевых» и «длинных» кредитах для бизнеса) – 10%. Второе-третье места делят вариант «информационная поддержка» (23% - показатель практически не изменился по сравнению с 2012 годом) и вариант «имущественная поддержка» (существенное увеличение по сравнению с данными 2012 года – с 13% до 23%). Далее следуют варианты «поддержка благоприятной предпринимательской среды» (17%), консультационные услуги (13%), образовательные услуги (11% - рост на 4% к данным 2012 года). 20% опрошенных (плюс 5% к данным за 2012 год) заявили, что не нуждаются ни в каких мерах государственной поддержки.

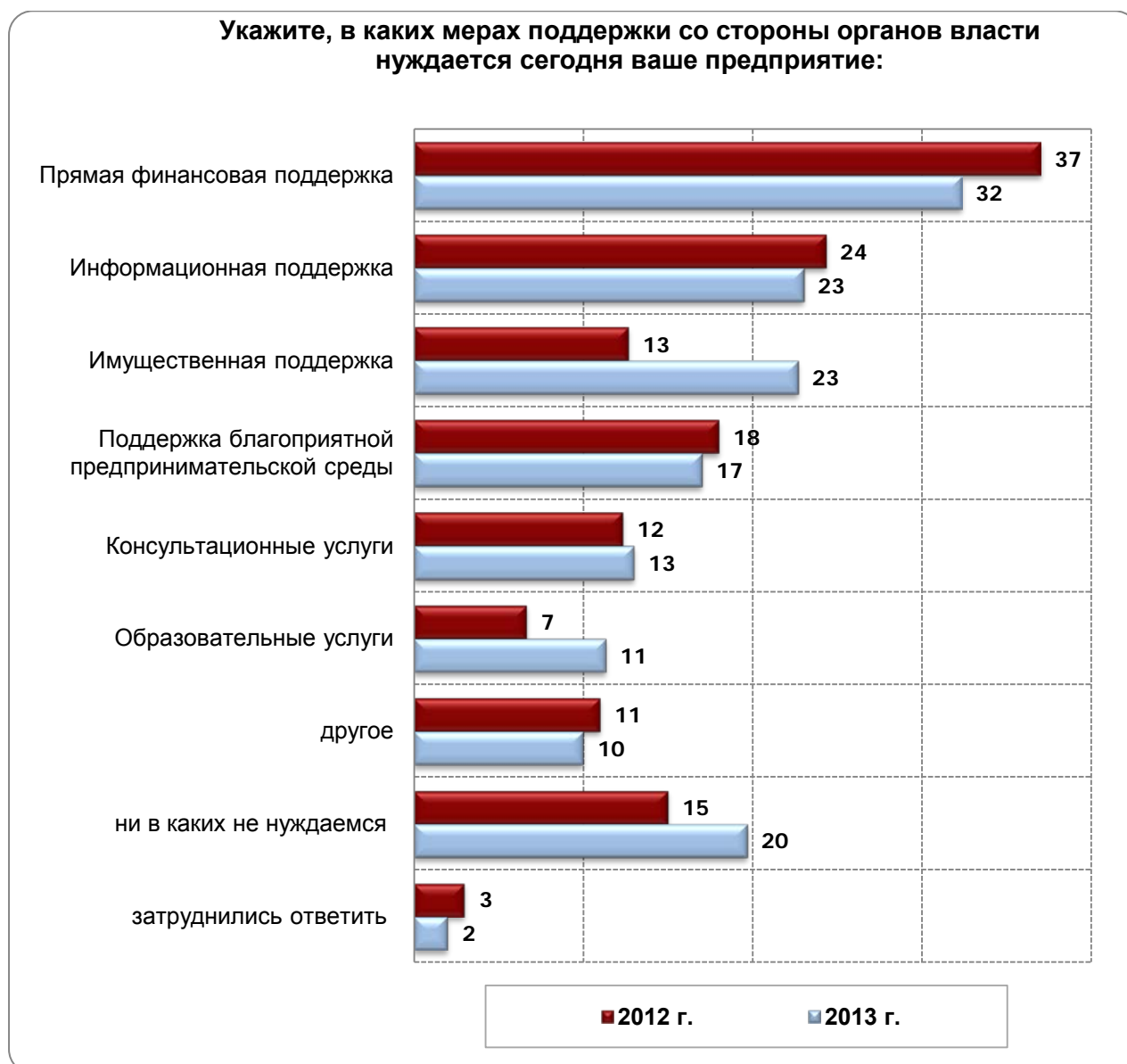
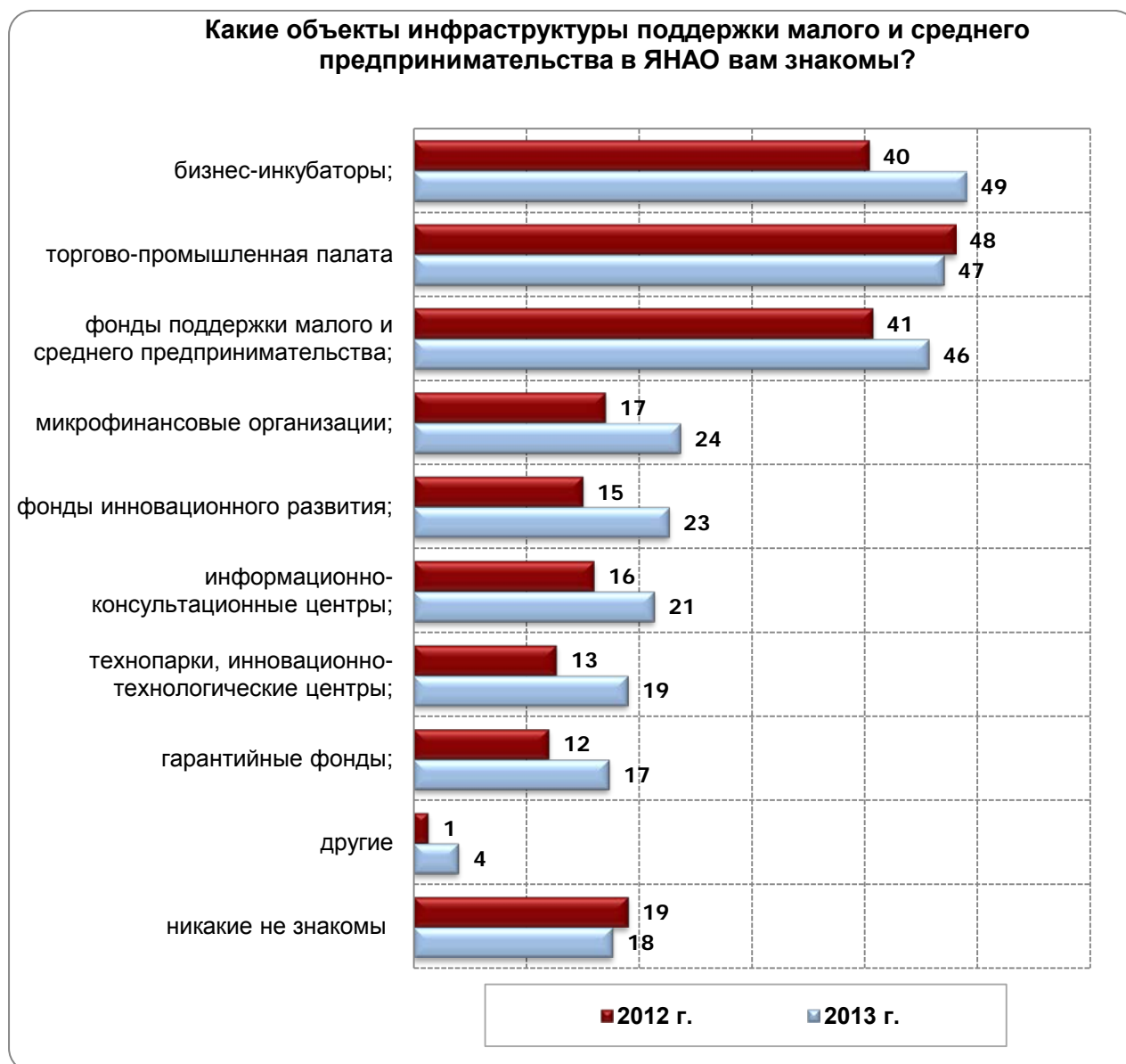


Рис. 32. Потребность в мерах господдержки малого и среднего бизнеса

Обращает на себя внимание, что за год известность практически всех объектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО выросла примерно на треть.

Наибольшие показатели известности характерны для бизнес-инкубаторов (49%), второе место занимает ТПП ЯНАО (47%), затем – фонды поддержки малого и среднего предпринимательства (46%). После этих трех объектов с большим отрывом следуют микрофинансовые организации (24%), фонды инновационного развития (23%), информационно-консультационные центры (21%), технопарки и инновационно-технологические центры (19%), гарантийные фонды (17%), другие (4%), никакие не знакомы (18%).



*Рис. 33. Осведомленность об объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО*

Таким образом, можно сделать вывод об успешности работы в 2013 году по информированию малого и среднего бизнеса о наличии инфраструктуры поддержки предпринимательства в ЯНАО.

Следующая таблица дает представление об информированности предпринимателей о различных субъектах инфраструктуры поддержки МСП в разрезе основных муниципальных образований округа<sup>6</sup>.

*Таб. 4. Информированность об объектах поддержки МСП в разрезе муниципальных образований*

	Округ в целом	Ноябрьск	Новый Уренгой	Салехард	Надым	Губкинский	Муравленко	Лабытнанги	Тарко-Сале
бизнес-инкубаторы	49	56	37	35	61	76	89	22	50
торгово-промышленная палата	47	39	43	67	39	56	37	61	29
фонды поддержки МСП	46	37	53	47	50	64	26	33	71
микрофинансовые организации	24	13	28	42	8	40	21	28	14
фонды инновационного развития	23	11	30	30	14	52	16	17	14
информационно-консультационные центры	21	15	22	37	6	28	21	28	14
технопарки, инновационно-технологические центры	19	10	22	30	11	40	16	17	14
гарантийные фонды	17	10	22	33	11	20	21	11	7
другие	4	5	8	2	0	4	0	6	0
никакие не знакомы	18	23	17	16	14	12	11	28	14

(% посчитаны по столбцам и показывают % респондентов из каждой группы, выбравших данный вариант ответа. Сумма по столбцу может превышать 100%, тк. Респонденты могли выбрать несколько ответов).

Как видно из таблицы, бизнес-инкубаторы больше всего известны в Губкинском и Муравленко, ТПП ЯНАО – в Салехарде и Губкинском, фонды поддержки МСП – в Тарко-Сале и Губкинском. В целом именно эти муниципальные образования (Салехард и Губкинский) характеризуются наибольшей осведомленностью о субъектах инфраструктуры МСП.

Таким образом, в целом субъекты малого и среднего предпринимательства достаточно хорошо информированы о различных программах поддержки, которые действуют в округе. 82% опрошенных осведомлены хотя бы об одном субъекте инфраструктуры поддержки МСП, при этом в среднем каждый респондент называл по 2,5 субъекта. Информированность о субъектах инфраструктуры поддержки МСП предполагает и информированность о программах, реализуемых данным субъектом.

<sup>6</sup> Размер подвыборки по остальным муниципальным образованиям ЯНАО не дает возможности полноценного статистического анализа.



Увеличение доли тех, кто оказался информированным о тех или иных объектах поддержки предпринимательства в ЯНАО, привело к росту фактической доли тех, кто пользовался какими-либо услугами, предоставляемыми перечисленными выше объектами с 33% до 37%. Таким образом, уровень использования различных программ поддержки МСП в округе демонстрирует тенденцию к росту, что в свою очередь служит положительной оценкой полезности программ для развития компаний.

Из наиболее популярных ответов можно выделить аренду помещения (17%), гранты и субсидии (5%), финансовую аренду и лизинг (4%), информационную и консультационную поддержку (6%), предоставление микрозаймов (4%) и специальные услуги в области права и бухучета (3%) – это программы, которые оказались наиболее популярны среди представителей МСП.



*Рис. 34. Использование различных услуг, предоставляемых в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО*

Анализ использования различных услуг, предоставляемых субъектами инфраструктуры поддержки МСП, в разрезе основных муниципальных образований показывает, что наиболее высокий уровень активности проявляют представители малого и среднего бизнеса в Салехарде, Ноябрьске, Муравленко и Лабытнанги.

Таб. 5. Использование услуг, предоставляемых субъектам поддержки МСП, в 2013 году

	Округ в целом	Ноябрьск	Новый Уренгой	Салехард	Надым	Губкинский	Муравленко	Лабытнанги	Тарко-Сале
аренда помещения	17	13	18	18	12	22	17	28	13
информационная и консультационная поддержка	6	10	5	4	4	4	9	4	4
гранты, субсидии	5	5	3	4	10	2	2	7	9
финансовая аренда, лизинг	4	5	2	2	4	2	7	7	2
предоставление микрозаймов	4	3	2	8	2	2	2	7	2
специальные услуги в области права, бухучета и т.д.	3	4	1	3	1	1	6	1	1
предоставление целевых займов субъектам МСП	2	2	2	2	2	2	2	2	2
предоставление поручительств									
другие	4	3	4	8	1	1	6	1	8
никакими	63	64	69	56	69	74	60	47	67

(% посчитаны по столбцам и показывают % респондентов из каждой группы, выбравших данный вариант ответа. Сумма по столбцу может превышать 100%, тк. Респонденты могли выбрать несколько ответов).

По мнению опрошенных экспертов, существующие сегодня программы поддержки малого и среднего предпринимательства нуждаются в а) пропагандировании (причем не просто в форме социальной рекламы, а в форме PR, с объяснением их смысла и т.п.) и б) в некотором преобразовании под нужды предпринимателей и освобождении от «бюрократической волокиты». Кроме того, улучшение ситуации в экономике также могло способствовать некоторому снижению востребованности программ содействия малому и среднему бизнесу. На это, согласно экспертным оценкам, косвенно указывает следующая диаграмма, показывающая распределение ответов на вопрос о том, какие факторы помешали опрошенным воспользоваться услугами господдержки в полной мере.

Самый популярный ответ – 40% - отсутствие потребности в данной поддержке («справляемся сами»). 22% опрошенных не знали о том, что есть такая поддержка (на 4% меньше, чем в 2012 году). 12% опрошенных заявили, что им ничто не помешало воспользоваться мерами в рамках программ государственной поддержки предпринимательства.

Из упомянутых проблем необходимо выделить трудности с оформлением документов (12%), несоответствие установленным требованиям (7%), ограничение количества мест в объекте инфраструктуры (2%) и отсутствие объекта инфраструктуры в городе проживания (1%).

*Рис. 35. Факторы, препятствующие полноценному использованию услуг поддержки малого и среднего бизнеса*



В ходе интервьюирования респондентам было предложено сформулировать, какими именно видами услуг для малого и среднего бизнеса нужно было бы дополнить объекты инфраструктуры поддержки МСП. В следующей таблице приведены наиболее типичные ответы на этот вопрос.

*Таб. 6. Ответы на открытый вопрос о том, какими услугами нужно дополнить объекты инфраструктуры поддержки МСП*

Основные темы высказываний	Примеры высказываний респондентов
Льготное кредитование, прочая финансовая поддержка для начинающих	<ul style="list-style-type: none"> <li>• льготные кредиты: низкий % на коллективные заявки для школ, детдомов, детских садов</li> <li>• в сфере досуга детей, а также чтобы частные предприниматели имели возможность открыть детские сады</li> <li>• гранты и дополнительная финансовая поддержка, особенно для начинающих</li> <li>• компенсация процентной ставки по кредитам, выданным на обновление средств</li> <li>• решить вопросы по кредитованию-связь между банками и предпринимателями, льготные ставки кредитования, создать фонд поддержки предпринимателям, чтобы помочь частично гасить кредиты</li> </ul>
Качественное информирование об уже существующих программах	<ul style="list-style-type: none"> <li>• больше информации</li> <li>• грамотные специалисты, чтобы могли давать четкую информацию</li> <li>• должна быть общая база, объединяющая всю информацию в интернете</li> <li>• если существующие услуги будут доходить до предпринимателей, то этого будет достаточно</li> </ul>
Коммуникация с существующими субъектами инфраструктуры поддержки МСП	<ul style="list-style-type: none"> <li>• простота доступа к органам инфраструктуры, мы пишем им письма, а ответа на них нет</li> <li>• помощь в оформлении документов</li> <li>• если существующие услуги будут доходить до предпринимателей, то этого будет достаточно</li> <li>• поддержка благоприятной предпринимательской среды чтобы рассматривали лояльно документы и предоставляемые письма</li> <li>• У нас есть сайт, а нам не скидывают информацию, хотя знают наши адреса. Почему, нам это очень интересно. У нас нет профессионалов, поэтому что руководитель заменяет всех, времени нет искать информацию. Было бы очень хорошо получить информацию по электронной почте</li> <li>• создание круглых столов для коллективного обсуждения услуг для малого и среднего бизнеса</li> </ul>
Лизинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>• в основном лизинг, обновить старые правила для получения поддержки</li> <li>• Намного проще брать лизинг в малом количестве, чем в большом. Когда оформляли ИП должна была быть помощь с центра занятости, но нам никто ничего не говорил</li> </ul>
Аренда	<ul style="list-style-type: none"> <li>• упрощение предоставления аренды объектов недвижимости,</li> </ul>

	<p>развитие аукционной политики в отношении предоставления в аренду объектов недвижимости</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сделать специальный бизнес центр, где предоставляются услуги аренды для начинающих по льготным, меньшим расценкам</li> <li>• если бы была налажена цепочка, было бы хорошо. Если бы было предоставление помещение для малого и среднего бизнеса, предоставление кредитов</li> <li>• муниципалитет должен организовать офисные помещения для аренды, сейчас аренда только у коммерческих предприятий (нельзя арендовать гостиницы)</li> <li>• невозможность перевести жилое помещение в нежилое, аренда помещений высокая по городу</li> <li>• поддержка, помощь по приобретению помещения, помощь начинающему бизнесу</li> </ul>
Протекционизм	<ul style="list-style-type: none"> <li>• в регионе больше давать работать местным предпринимателям, а не с других регионов</li> <li>• гарантированная работа в округе своим местным, исключая Москву, Самару, Тюмень и т.д., включая иностранные фирмы</li> </ul>
Земля, инфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> <li>• давали бы землю предпринимателям, чтобы можно было приватизировать.</li> <li>• Облегчить доступ к инфраструктуре газо-, электро-, водоснабжение</li> <li>• земельные отношения по выделению земли, гранты на торгах по выделению земли</li> </ul>
Персонал	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Кадровый вопрос, повышение квалификации персонала малого и среднего предпринимательства.</li> <li>• обучение специалистов для нашей отрасли, необходим посредник по проверяющим органам</li> </ul>
Консультационная помощь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• консультации по налогам, минимизация налогов</li> <li>• консультационных услуг больше нужно ,на уровне администрации.</li> <li>• поддержка на фоне налогов, пенсионный фонд. Уменьшение их размера</li> <li>• поддержка представителей или при администрации города, помощь</li> <li>• юридическая поддержка в плане составления договоров, ведения дел</li> <li>• Юридическую поддержку на бытовом уровне именно для МП, в плане проверок, предприниматель перед чиновниками беззащитный...</li> <li>• проведение мастер классов и курсов</li> </ul>
Контрольно-ревизионная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• не препятствовать развитию бизнеса (различные проверки например)</li> </ul>

В целом по выборке 18% опрошенных оценили качество предоставляемых государством услуг по поддержке МСП как очень хорошее и скорее хорошее (минус 6% к показателям 2012 года), 17% - как плохое и очень плохое (плюс 1% к показателям 2012 года), 36% поставили среднюю оценку (на 6% больше показателей 2012 года), 29% (как и в 2012 году) затруднились ответить на данный вопрос.

Анализ распределений ответов на данный вопрос в разрезе использования/неиспользования упоминаемых услуг показывает, что среди тех, кто ими воспользовался, доля удовлетворенных качеством несколько выше, чем в среднем по выборке, и достигает 24% (в противовес 14%, которые остались не удовлетворены качеством данных услуг после их использования).

Рис. 36. Оценка качества услуг, предоставляемых в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО

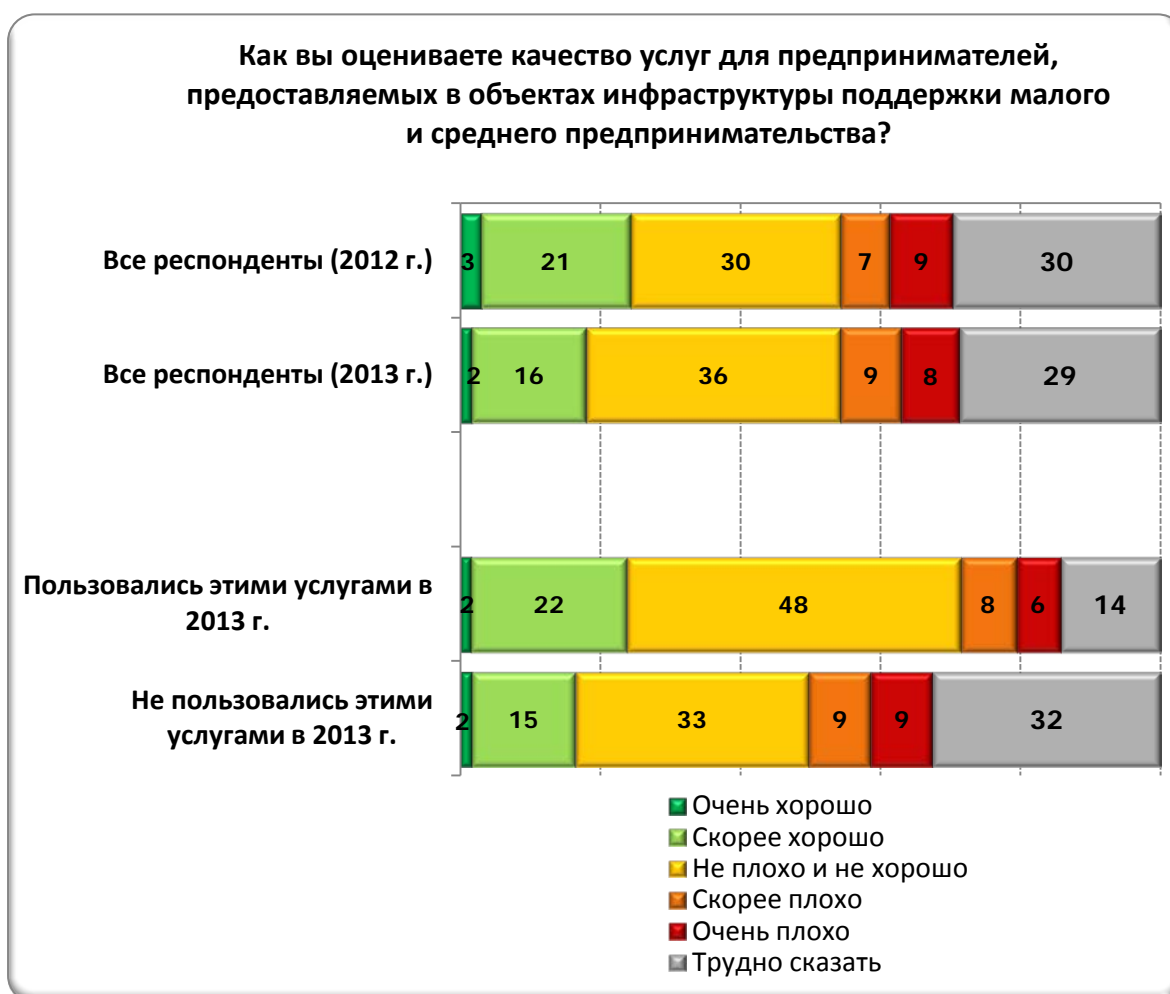
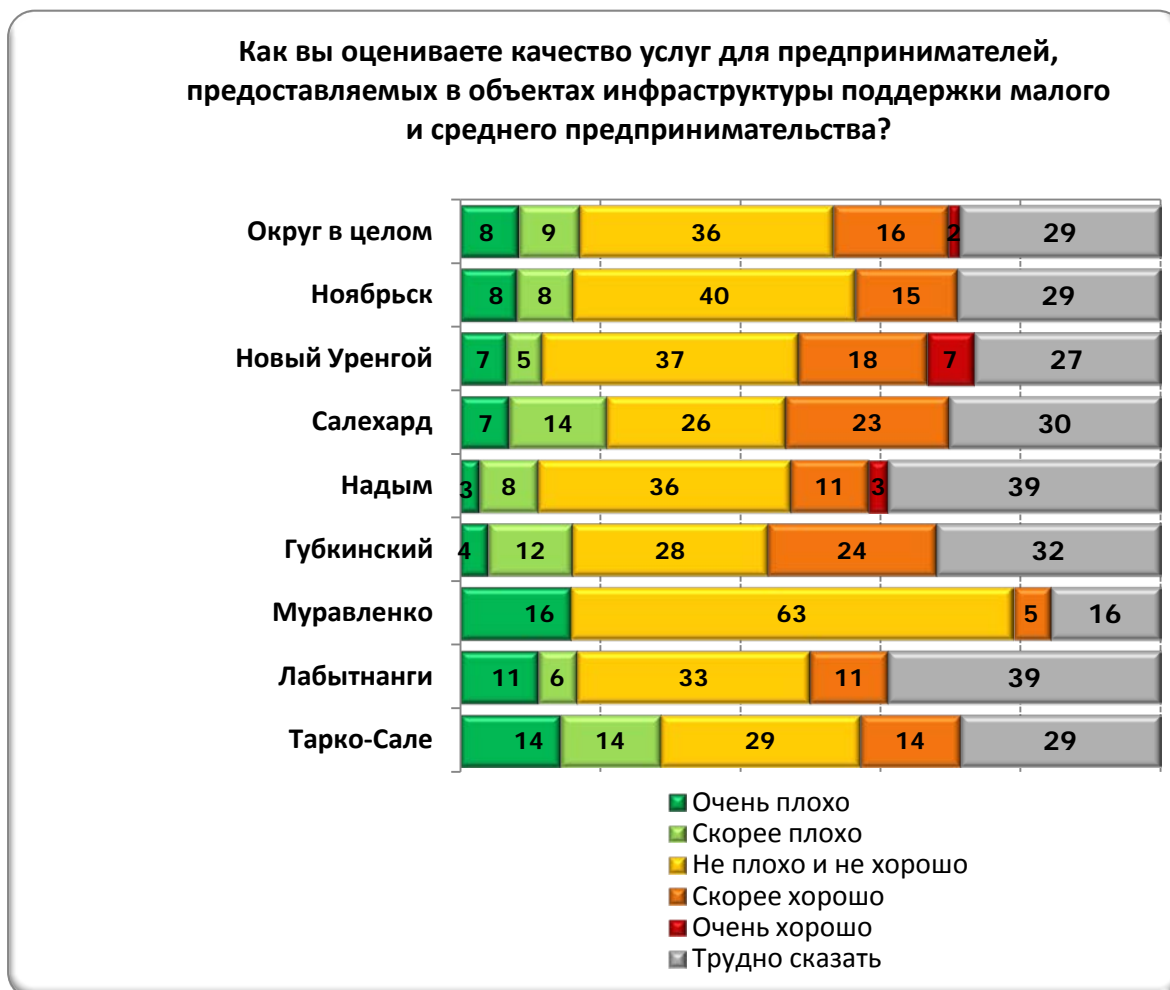


Рис. 37. Оценка качества услуг, предоставляемых в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО в разрезе различных муниципальных образований



Анализ оценки качества предоставляемых услуг в разрезе разных муниципальных образований показывает, что наилучшие оценки высказывают респонденты в Муравленко, Тарко-Сале, Салехарде и Лабытнанги.

Респондентов просили пояснить, почему они оценивают качество данных услуг именно так, а не иначе. Наиболее распространенные ответы на этот вопрос (в разрезе разных оценок) приведены в следующей таблице.

*Таб. 7. Ответы на открытый вопрос о том, почему качество услуг по поддержке МСП оценивается именно так (плохо или хорошо)*

Оценка качества услуг по поддержке МСП	Мотивация оценки
<b>Плохо + скорее плохо</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вся помощь ориентирована лишь на традиционные отрасли бытовых услуг (салоны красоты, ателье, торговля и т.п.) и не подходят для инновационных хай-тек предприятий</li> <li>• Низкий уровень компетентности сотрудников центров поддержки (<i>«они сами порой не знают, куда нам обращаться»</i>)</li> <li>• Предвзятость комиссий, рассматривающих заявки на предоставление помощи (<i>«мы подавали заявку – не получили, в комиссии сидела женщина, которая сама же подавала заявку вместе с нами, - она получила»</i>)</li> <li>• Долгий срок выплаты субсидий и грантов (<i>«судя по субсидиям, их не выплачивают по году»</i>)</li> <li>• Трудно правильно оформить документы на эту помощь (<i>«большие сложности с оформлением документов, а сотрудники не помогают»</i>)</li> <li>• Недостаток информации по таким услугам</li> </ul>
<b>Нейтрально</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сами не пользовались этими услугами, но от других слышали, что все очень сложно и долго</li> <li>• Не сталкивались с подобными услугами, не могут дать оценку</li> <li>• Мало информации о подобных услугах</li> </ul>
<b>Хорошо + скорее хорошо</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Есть положительный опыт получения подобной помощи (аренда, консультации)</li> <li>• Слышали от других предпринимателей о том, что эту помощь вполне реально получить, но сами пока не обращались</li> <li>• Сотрудники положительно реагировали на запросы, оказывали помощь</li> </ul>

Анализ ответов на этот открытый вопрос показывает что основные претензии респондентов связаны с недостаточной компетентностью сотрудников центров поддержки МСК, сложным оформлением документов, а также подозрениями в предвзятости комиссий, рассматривающих заявки на эти виды помощи.

Отметим, что компании, которые пользовались услугами, предоставляемыми в объектах инфраструктуры поддержки МСП, дали более положительные оценки этим услугам. При этом в ходе экспертных интервью была зафиксирована мысль о том, что с каждым годом возрастают запросы и потребности предпринимателей относительно стандартов предоставляемой им помощи, что отражается на структуре их оценок. Это нужно учитывать при разработке стандартов оказания услуг по поддержке МСП, выстраивая их с учетом все возрастающих запросов потребителей.

В целом результаты массового опроса, дополненные экспертными интервью, позволяют сделать вывод о безусловной полезности различных программ поддержки МСП в предпринимательской среде. Этот вывод базируется на следующих предпосылках:



- Ежегодный прирост доли тех, кто пользовался теми или иными программами поддержки МСП. В случае, если бы программы были бесполезны, прироста бы не наблюдалось.
- Положительный баланс позитивных и негативных оценок полезности программ поддержки МСП среди тех, кто пользовался этими программами (соотношение 24% на 24%).
- Положительные отзывы опрошенных экспертов о содержании программ поддержки МСП, сделанные ими на основе общения с множеством предпринимателей.

Вместе с тем, существуют большие возможности для повышения эффективности программ поддержки МСП. Движение в данном направлении, безусловно, позволит улучшить отношение предпринимателей к подобным программам и найдет отражение в улучшении делового климата в регионе и, как следствие, благоприятно отразится на экономических показателях малого и среднего бизнеса:

- Насколько это возможно, упрощение процедур получения различных видов помощи и подачи заявок на участие в тех или иных программах. Возможно, основной объем функций по подготовке заявок может быть переложен на те или иные субъекты ТПП, которые могли бы работать по принципу «одного окна». Предприниматель сдает необходимые официальные документы и за него оформляются типовые заявки и т.п.
- Также повышению использования различных программ способствовала бы ясная навигационная схема, которая могла бы подсказывать начинающим предпринимателям, какие варианты поддержки они могут получить применительно к разным аспектам бизнеса и сферам деятельности.

### 6.3. Использование различных видов финансовой помощи

81% опрошенных (на 4% меньше, чем в 2012 г.) заявили, что не получали никакой финансовой помощи для МСП из предложенного списка – таким образом, доля тех, кто пользовался финансовой помощью, возросла с 15% до 19%. 7% получили гранты на создание собственного дела, 5% - воспользовались лизингом оборудования, 2% - субсидии, связанные с энергоэффективностью производства, 1% - гранты на инновации, 4% получили финансовую поддержку в других формах (преимущественно – субсидии, не связанные с энергоэффективностью, а также гранты на закупку оборудования).

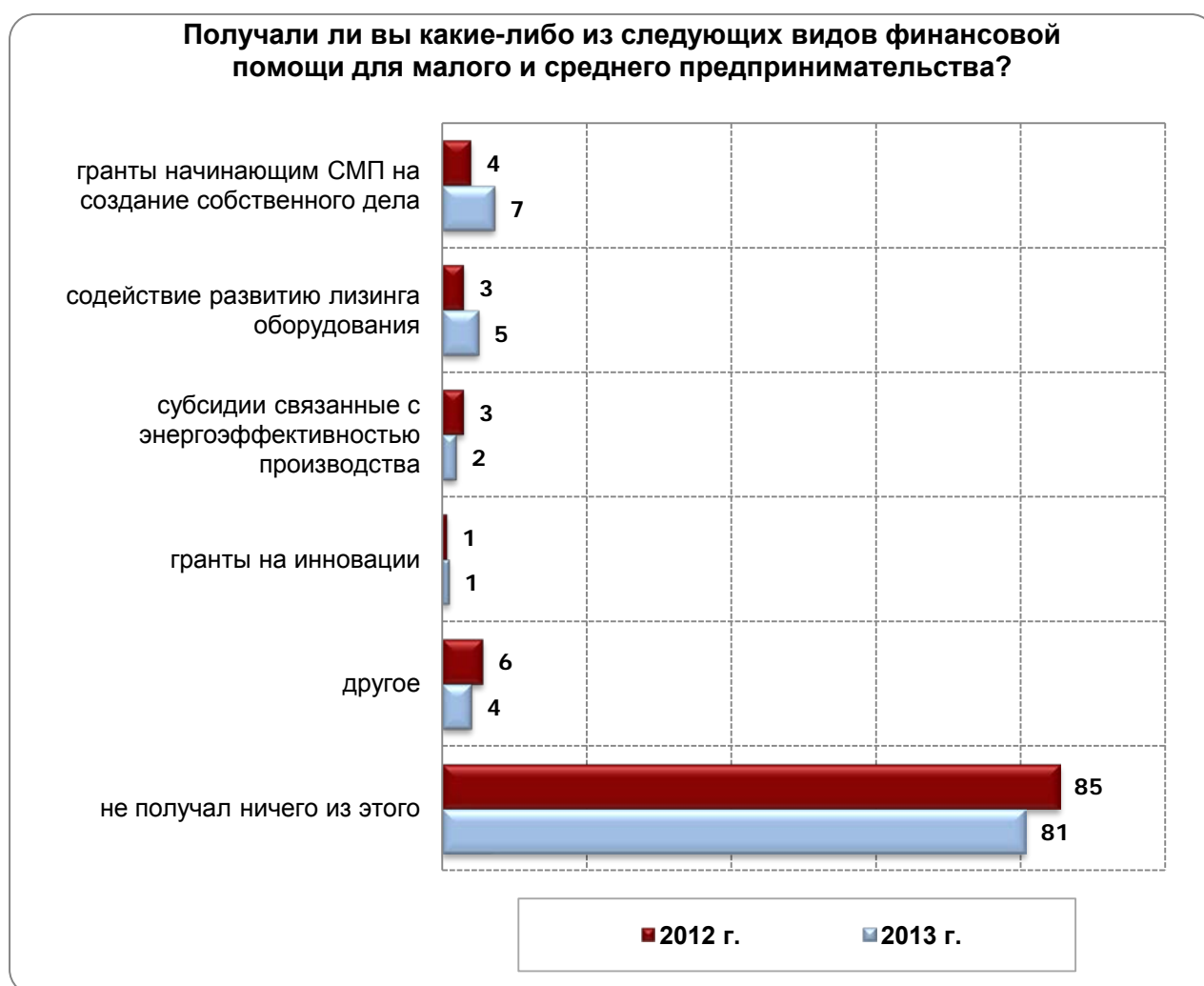


Рис. 38. Использование различных видов финансовой помощи для малого и среднего предпринимательства

В ответ на вопрос о факторах, воспрепятствовавших использованию финансовой поддержки МСП, 44% опрошенных ответили, что не испытывали необходимости в этом (40% по итогам 2012 года), 30% (на 2 % больше, чем в прошлом году) не знали о том, что указанная поддержка существует. Обращает на себя внимание, что респонденты стали реже апеллировать к небольшому размеру поддержки (14% против 19%) и стали чаще упоминать трудности с оформлением документов (13% против 8%).



Рис. 39. Факторы, препятствующие использованию финансовых видов поддержки малого и среднего предпринимательства

Рейтинг наиболее привлекательных форм финансовой поддержки МСП в 2013 году практически не изменился по сравнению с прошлым годом. К наиболее привлекательным формам финансовой поддержки МСП большинство опрошенных относят гранты начинающим предпринимателям на создание собственного дела (40%, плюс 1% к данным 2012 года), содействие развитию лизинга оборудования (30%, плюс 6% к данным 2012 года), субсидии, связанные с энергоэффективностью (21%, плюс 2% к данным 2012 года), гранты на инновации (12%, плюс 2% к данным за 2012 год). 13% выбрали вариант ответа «другое», заключив в него, прежде всего, прямые кредиты со сниженной процентной ставкой на длительный срок.

Необходимо отметить, что субсидии, связанные с энергоэффективностью производства, особенно важны для опрошенных представителей среднего бизнеса (среди них этот вариант набрал 32% при средневыворочном значении в 21%).



*Рис. 40. Привлекательность различных видов финансовой помощи для малого и среднего предпринимательства*

В исследовании 2011 года данный вопрос не задавался, однако в ходе экспертного опроса эта тема поднималась как в 2011, так и в 2012 году. Результаты обоих лет подтверждают, что наиболее привлекательный для малого и среднего бизнеса вид поддержки – это гранты начинающим предпринимателям на создание собственного дела (как наиболее понятная и простая для получения форма прямой финансовой помощи от государства).

#### 6.4. Оценка информационных ресурсов по поддержке малого и среднего бизнеса

В рейтинге информационных ресурсов, предоставляющих информационную поддержку по вопросам ведения бизнеса, как и год назад, лидируют интернет-ресурсы (сайты различных фондов и некоммерческих организаций), при этом доля тех, кто их отметил, выросла на 9% – до 69%. Второе место с результатом 29% занимает непосредственное консультирование в налоговой инспекции, фондах социального страхования, третье место с 25% - СМИ (радио, ТВ, печатные издания). Прочие информационные ресурсы отметили 10% опрошенных. 9% (на 3% меньше результатов 2012 года) заявили, что никакие ресурсы не обеспечивают информационную поддержку по вопросам ведения бизнеса для МСП.

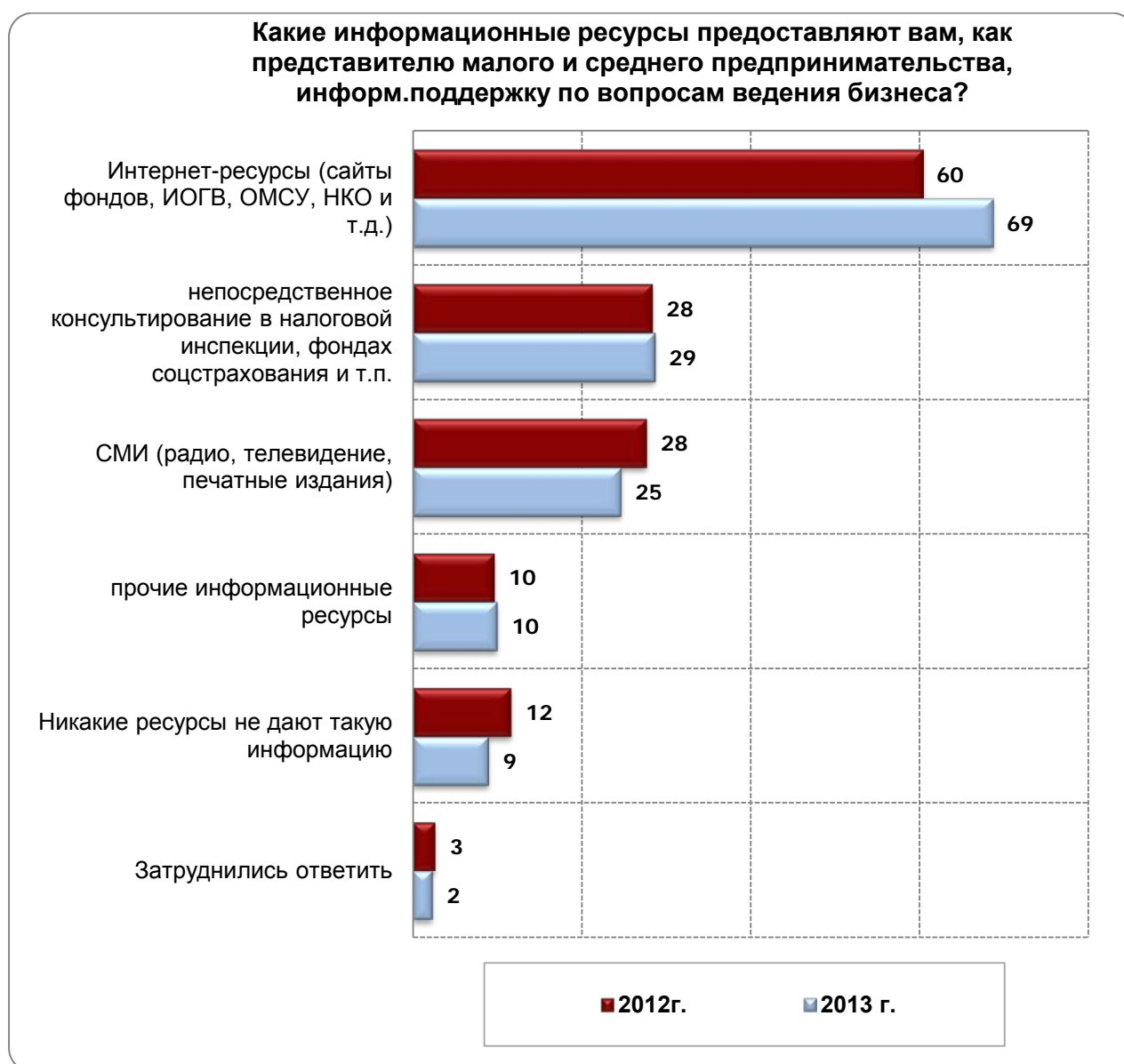


Рис. 41. Рейтинг информационных ресурсов, предоставляющих информационную поддержку по вопросам ведения бизнеса

Среди интернет-ресурсов, которые представители малого и среднего бизнеса использовали в течение 2013 года для получения информации о поддержке МСП, лидируют сайты муниципальных образований ЯНАО (36%), второе-третье место делят сайт Правительства ЯНАО и сайт департамента экономики ЯНАО (по 19%). Доля тех, кто не пользовался никакими интернет-ресурсами для получения информации о поддержке МСП, снизилась на 5% и составляет 34%.

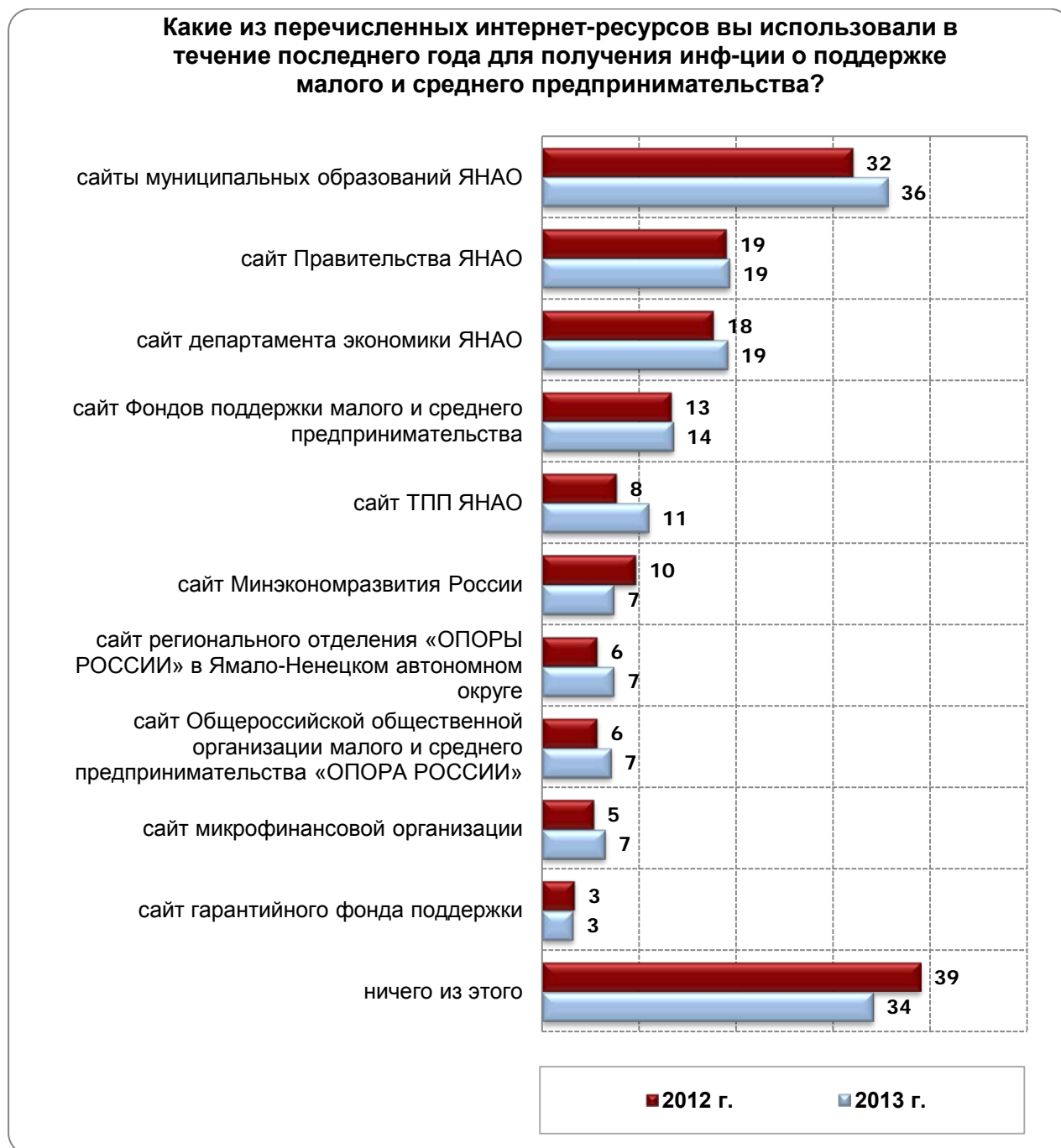


Рис. 42. Использование различных интернет-сайтов, предоставляющих информационную поддержку по вопросам ведения малого и среднего бизнеса, за последний год

Среди тех, кто пользовался упомянутыми интернет-ресурсами, 22% делали это раз в неделю и чаще, 19% - 2-4 раза в месяц, 24% - раз в месяц, 25% - 1-2 раза за полгода, 10% - реже, чем раз в полгода. Таким образом, наблюдается увеличение интенсивности использования интернет-ресурсов для получения информации о средствах поддержки МСП: доля тех, кто пользуется этими ресурсами не реже 2-4 раз в месяц, выросла с 32% до 41%.



*Рис. 43. Частота использования отмеченных интернет-ресурсов (среди тех, кто заявил, что пользовался ими за последний год)*

(Данный вопрос задавался только тем респондентам, кто использовал соответствующие интернет-ресурсы)

Доля тех, кто не принимал участия в каких-либо обучающих мероприятиях, семинарах, выставках, в 2013 году осталась на уровне 2012 года. Среди мероприятий чаще всего упоминались обучающие семинары (23%), выставки и конференции (13%), советы по развитию малого и среднего бизнеса (7%), прочие мероприятия (8%).

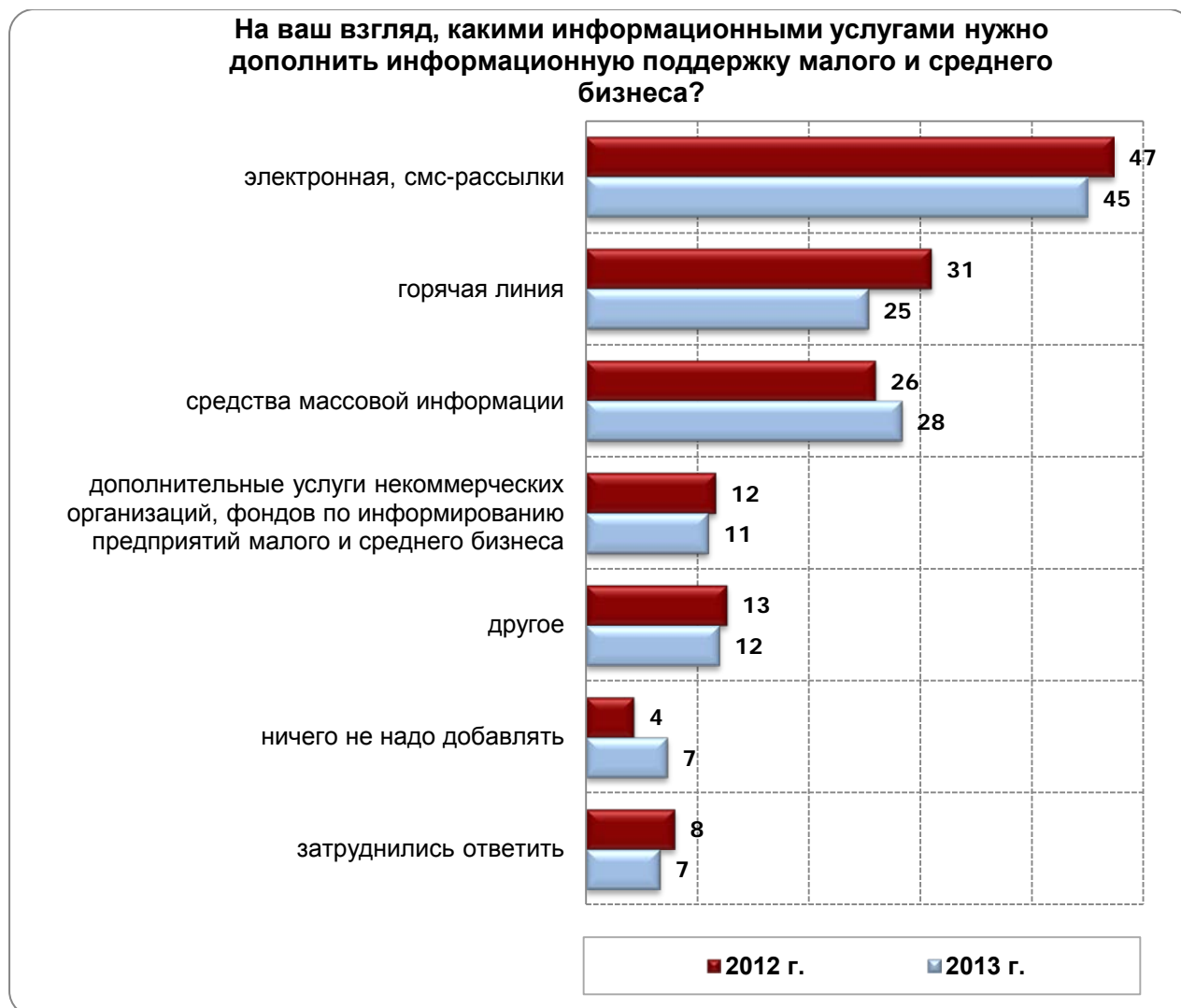


*Рис. 44. Участие в обучающих семинарах, выставках и прочих мероприятиях, связанных с предпринимательской деятельностью*

Обращает на себя внимание, что представители среднего бизнеса склонны чаще посещать подобные мероприятия (46% против 37% в малом бизнесе).



Распределение ответов на вопрос о том, какими информационными услугами нужно дополнить информационную поддержку малого и среднего бизнеса, практически не претерпело изменений по сравнению с 2012 годом. Лидирует вариант электронной или смс-рассылки (45%), далее следует более активное информирование через СМИ (28%) и организация специальной горячей линии (25%). Далее с большим отрывом назывались дополнительные услуги различных некоммерческих организаций (11%) и прочие варианты (12%). 7% опрошенных полагают, что ничего добавлять не нужно.



*Рис. 45. Потребность в дополнительных информационных услугах по информационной поддержке малого и среднего бизнеса*

Полученное распределение совпадает с ответами респондентов из ряда открытых вопросов, которые также полагают, что наиболее эффективным способом коммуникации с основной частью руководителей малого и среднего бизнеса являются рассылка по электронной почте и отправка смс-сообщений и напрямую просят об этом.

## 7.1. Ожидания от 2014 года

Респондентов просили сравнить текущее состояние их бизнеса с докризисными временами. Как видно из данных на диаграмме, 30% опрошенных полагают, что сейчас ситуация стала лучше, чем была в докризисное время, и примерно столько же – 31% - придерживаются противоположной точки зрения. В целом полученные данные очень близки к данным 2011 г.



Рис. 46. Сравнение текущего состояния компании с «докризисным» периодом, 2010-2013 гг.

(Данный показатель не замерялся в волне 2012 года, в связи с чем значения за 2012 год отсутствуют на диаграмме).

Ожидания от следующего года почти полностью совпадают с данными, полученными в 2012 году: доля тех, кто рассчитывает на успешность 2014 года (53%), заметно превышает долю тех, кто ожидает негативных кризисных изменений (1%).

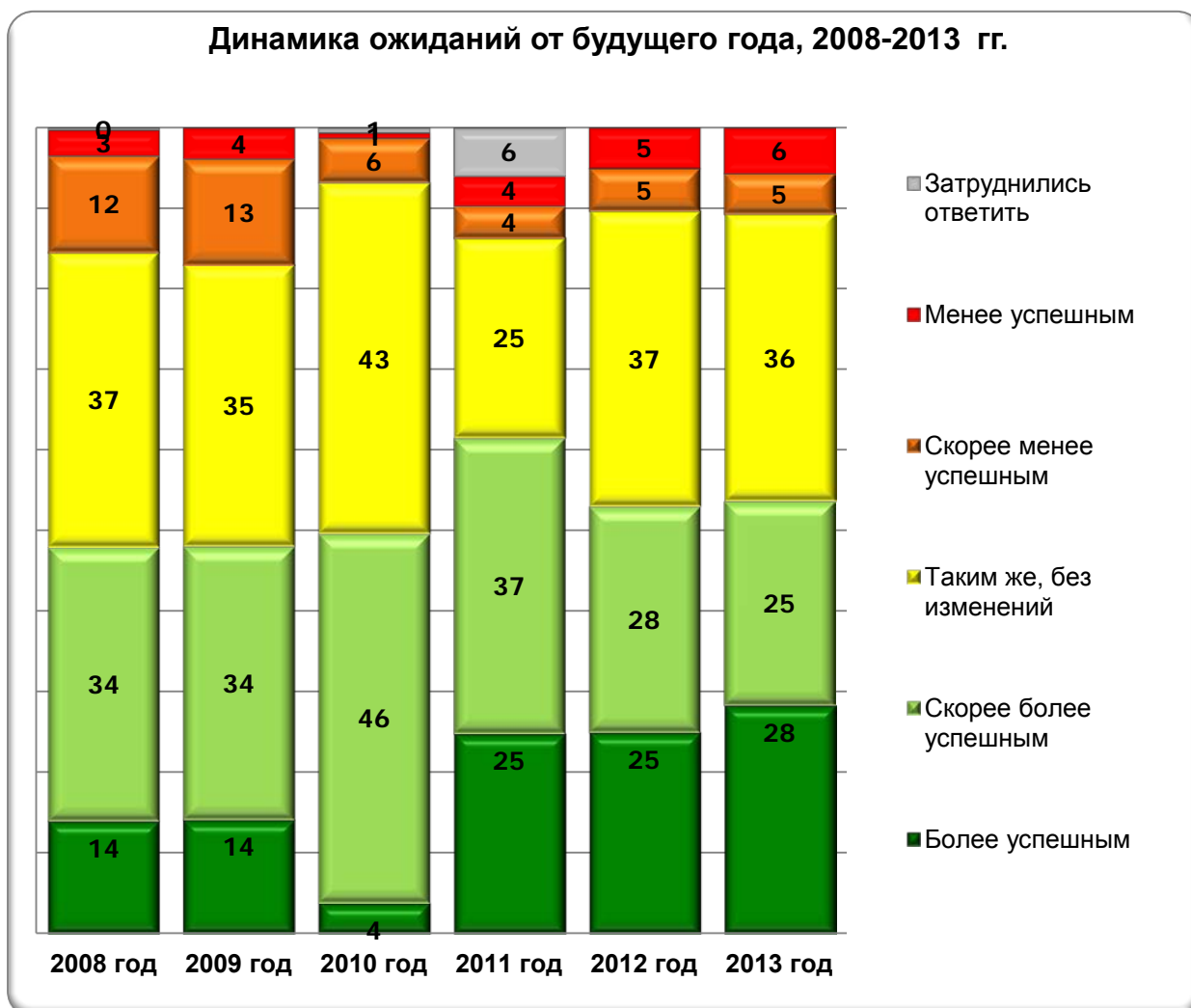
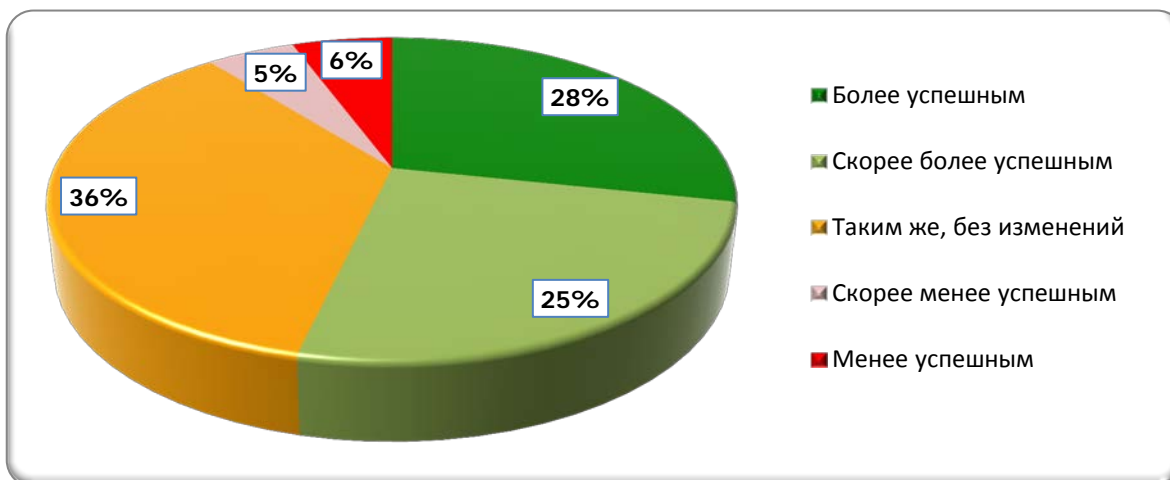
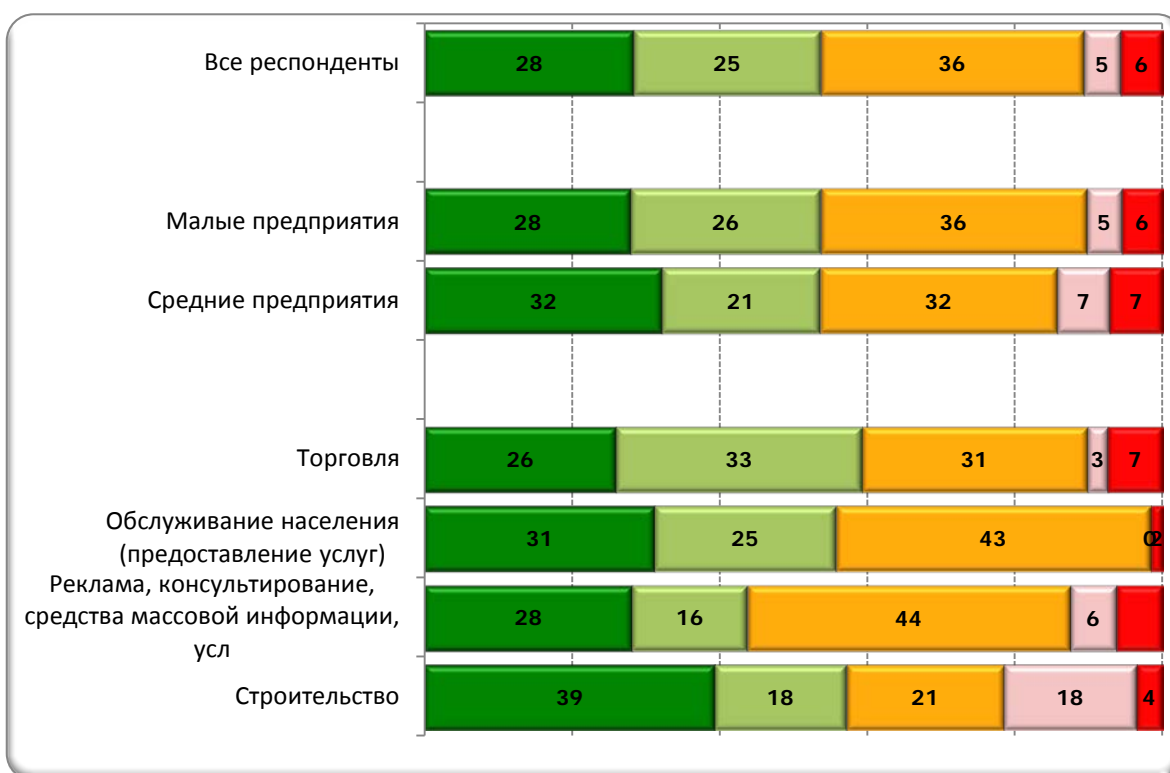


Рис. 47. Динамика ожиданий от будущего года

**Ожидания от будущего года***(% по всем респондентам)**(% по группам респондентов)***Рис. 48. Ожидания от 2014 года в разных группах компаний**

Индекс ожиданий от будущего года практически одинаков по малому и среднему бизнесу.

## 7.2. Рекомендации к органам власти ЯНАО

В заключительной части анкеты респондентам в открытой форме предлагалось сформулировать пожелания и рекомендации к органам власти ЯНАО, с точки зрения поддержки малого и среднего бизнеса.

Ниже проведено обобщение этих рекомендаций и пожеланий с дополнительными комментариями.

### 1. Улучшить информирование предпринимателей о различных форматах и вариантах помощи, которая предусмотрена для малого и среднего бизнеса:

Из года в год данное пожелание остается одним из ключевых среди всех, которые озвучиваются предпринимателями. Несмотря на предпринимаемые меры, по-прежнему значительная часть предпринимателей плохо осведомлена о различных возможностях, которые предлагают региональные и муниципальные органы власти с точки зрения поддержки малого и среднего бизнеса.

Нужно учитывать, что подобная ситуация провоцирует негативное отношение предпринимателей, которые спустя некоторое время пост-фактум узнают о том, что могли воспользоваться какой-то программой, грантом и т.п. Они начинают воспринимать упущенную возможность как прямой убыток и переносят негатив на региональные и муниципальные органы власти.

Среди мер информирования целесообразно развивать те, которые используют электронные каналы связи – в первую очередь, интернет, электронная почта, СМС.

### 2. Выставлять больше муниципальных помещений для аренды

Проблема нехватки площадей для развития бизнеса также остается крайне важной, при этом, в отличие от проблемы с кадровым голодом, предприниматели считают ее находящейся в сфере ответственности муниципальных и региональных властей и требуют ее решения.

- *«Решить проблему с помещениями требуемого качества (мы находимся в полуподвальном помещении, аренда высокая)»*

### 3. Чаше устраивать открытые диалоги с предпринимателями для обсуждения проблем и вариантов их решения:

Предприниматели хотят открытого и регулярного диалога с властью, чтобы можно было в открытом формате обсуждать возникающие проблемы и вырабатывать варианты их решений. Подобные встречи можно было бы сделать ежемесячными или ежеквартальными, и они бы пользовались популярностью среди предпринимателей при условии, что на них действительно присутствовали бы компетентные представители муниципальных и региональных органов власти с полномочиями решения тех или иных проблем.

### 4. Предусмотреть меры поддержки не только для начинающих предпринимателей, но и для тех, кто уже давно работает на территории округа

Достаточно часто среди предпринимателей высказывались пожелания, чтобы меры поддержки малого бизнеса были направлены не только на тех, кто только что начал свое дело, но и на тех, кто уже давно работает в регионе и вносит

свой вклад в объем налоговых поступлений округа. Эта тема является одним из общих мест для всех компаний, работающих в регионе больше трех лет, и вызывает непонимание и обиду со стороны предпринимателей, которые «остаются за бортом» различных программ по поддержке МСП:

- *«Не забывать, что кроме вновь открывающихся предприятий малого и среднего бизнеса, есть давно утвердившиеся. Зачем тратить средства на бесцельно новые, случайные проекты».*
- *«создавать места под офисы не только для начинающих предприятий, но и для тех, кто существует более трех лет»*

#### **5. Наладить оперативное информирование предпринимателей об изменениях в федеральном и региональном законодательстве**

Одна из проблем малого и среднего бизнеса связана со стремительно меняющимся законодательством – в силу сфокусированности на текущих проблемах развития своего бизнеса, предприниматели обычно не успевают отслеживать вновь принимаемые или отменяемые законы, в результате чего регулярно сталкиваются с проблемами и претензиями со стороны различных контролирующих органов. Необходима четкая действующая система информирования предпринимателей об изменениях в законодательстве, в идеале – с использованием технологий электронной почты или СМС-рассылки.

#### **6. Выделить в отдельную группу меры поддержки микропредприятий**

Со стороны владельцев микробизнеса неоднократно высказывались пожелания по выделению мер поддержки микробизнеса в отдельную группу, с учетом специфики данных предприятий.

#### **7. Усовершенствовать систему микрофинансирования**

По оценкам предпринимателей, сейчас система предлагает очень выгодные процентные ставки, однако механизм получения этих микрокредитов очень сложен для большинства предпринимателей, что не позволяет им воспользоваться данным предложением в полной мере.

## 8.1. Список иллюстраций и таблиц

<i>Рис. 1. Районы проведения исследования</i>	4
<i>Рис. 2. Форма налогообложения, применяемая в компании</i>	20
<i>Рис. 3. Численность сотрудников компании, включая основателя</i>	22
<i>Рис. 4. Срок работы на рынке ЯНАО</i>	23
<i>Рис. 5. Распределение компаний по сфере деятельности</i>	24
<i>Рис. 6. Распределение компаний по территориальному расположению</i>	25
<i>Рис. 7. Самооценка положения на рынке</i>	26
<i>Рис. 8. Оценка успешности бизнеса в динамике за 2008-2013 гг.</i>	27
<i>Рис. 9. Оценка успешности бизнеса по итогам 2013 г. в разных группах компаний</i>	28
<i>Рис. 10. Оценка текущего года, 2010-2013 гг.</i>	29
<i>Рис. 11. Привлечение кредитных средств компаниями, 2010-2013 гг.</i>	30
<i>Рис. 12. Привлечение кредитных средств в разрезе разных сегментов МСП, 2013 г.</i>	31
<i>Рис. 13. Оценка различных аспектов деятельности компаний в ЯНАО (2013 г.)</i>	32
<i>Рис. 14. Оценка различных аспектов деятельности компаний в ЯНАО (2010-2013 гг.)</i>	33
<i>Рис. 15. Оценка разных параметров делового климата по 10-балльной шкале</i>	34
<i>Рис. 16. Средние оценки параметров делового климата по 10-балльной шкале</i>	35
<i>Рис. 17. Оценка легкости выхода на рынок ЯНАО для компании из другого региона</i>	37
<i>Рис. 18. Сравнение условий для ведения бизнеса в ЯНАО и других регионах РФ</i>	38
<i>Рис. 19. Сравнение условий для ведения бизнеса (по результатам опросов в других регионах РФ)</i>	39
<i>Рис. 20. Основные препятствия для развития малого и среднего предпринимательства</i>	40
<i>Рис. 21. Динамика оценок уровня административных барьеров в ЯНАО</i>	42
<i>Рис. 22. Оценка уровня административных барьеров в разных группах компаний</i>	43
<i>Рис. 23. Сравнение уровня административных барьеров в разных регионах РФ (по результатам опросов в других регионах РФ)</i>	44
<i>Рис. 24. Рейтинг контрольно-надзорных органов, чья деятельность сильнее всего мешала работе малого и среднего бизнеса в 2012-2013 гг.</i>	45
<i>Рис. 25. Рейтинг контрольно-надзорных органов, чья деятельность сильнее всего мешала работе малого и среднего бизнеса в 2013 г. (в разрезе размера компаний)</i>	46
<i>Рис. 26. Оценка уровня коррумпированности органов власти различного уровня</i>	47
<i>Рис. 27. Динамика оценок уровня коррупции в ЯНАО</i>	48
<i>Рис. 28. Оценка эффективности мер по борьбе с коррупцией в ЯНАО</i>	49
<i>Рис. 29. Оценка внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития МСП</i>	51
<i>Рис. 30. Оценка внимания, которое власти ЯНАО уделяют вопросам развития МСП (2010-2011 гг.)</i>	52
<i>Рис. 31. Сравнение уровня внимания органов власти к проблемам МСП (по результатам опросов в других регионах РФ)</i>	53
<i>Рис. 32. Потребность в мерах господдержки малого и среднего бизнеса</i>	54
<i>Рис. 33. Осведомленность об объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО</i>	55
<i>Рис. 34. Использование различных услуг, предоставляемых в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО</i>	57
<i>Рис. 35. Факторы, препятствующие полноценному использованию услуг поддержки малого и среднего бизнеса</i>	59
<i>Рис. 36. Оценка качества услуг, предоставляемых в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО</i>	62
<i>Рис. 37. Оценка качества услуг, предоставляемых в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО в разрезе различных муниципальных образований</i>	63

<i>Рис. 38. Использование различных видов финансовой помощи для малого и среднего предпринимательства.....</i>	<i>66</i>
<i>Рис. 39. Факторы, препятствующие использованию финансовых видов поддержки малого и среднего предпринимательства.....</i>	<i>67</i>
<i>Рис. 40. Привлекательность различных видов финансовой помощи для малого и среднего предпринимательства.....</i>	<i>68</i>
<i>Рис. 41. Рейтинг информационных ресурсов, предоставляющих информационную поддержку по вопросам ведения бизнеса .....</i>	<i>69</i>
<i>Рис. 42. Использование различных интернет-сайтов, предоставляющих информационную поддержку по вопросам ведения малого и среднего бизнеса, за последний год .....</i>	<i>70</i>
<i>Рис. 43. Частота использования отмеченных интернет-ресурсов (среди тех, кто заявил, что пользовался ими за последний год) .....</i>	<i>71</i>
<i>Рис. 44. Участие в обучающих семинарах, выставках и прочих мероприятиях, связанных с предпринимательской деятельностью .....</i>	<i>72</i>
<i>Рис. 45. Потребность в дополнительных информационных услугах по информационной поддержке малого и среднего бизнеса.....</i>	<i>73</i>
<i>Рис. 46. Сравнение текущего состояния компании с «докризисным» периодом, 2010-2013 гг. ....</i>	<i>74</i>
<i>Рис. 47. Динамика ожиданий от будущего года .....</i>	<i>75</i>
<i>Рис. 48. Ожидания от 2014 года в разных группах компаний .....</i>	<i>76</i>

<i>Таб. 1. Количество опрошенных респондентов массового опроса .....</i>	<i>6</i>
<i>Таб. 2. Доля тех, кто оценил разные параметры деятельности своей компании как «благополучный или скорее благополучный» в разрезе разных налоговых режимов .....</i>	<i>21</i>
<i>Таб. 3. Матрица результатов факторного анализа.....</i>	<i>36</i>
<i>Таб. 4. Информированность об объектах поддержки МСП в разрезе муниципальных образований .....</i>	<i>56</i>
<i>Таб. 5. Использование услуг, предоставляемых субъектами поддержки МСП, в 2013 году.....</i>	<i>58</i>
<i>Таб. 6. Ответы на открытый вопрос о том, какими услугами нужно дополнить объекты инфраструктуры поддержки МСП .....</i>	<i>60</i>
<i>Таб. 7. Ответы на открытый вопрос о том, почему качество услуг по поддержке МСП оценивается именно так (плохо или хорошо).....</i>	<i>64</i>



## 8.2. Анкета исследования

### **АНКЕТА для опроса субъектов малого и среднего предпринимательства**

Добрый день! Меня зовут \_\_\_\_\_. Мы проводим ежегодный опрос предпринимателей, руководителей малого и среднего бизнеса в нашем округе. Пожалуйста, уделите мне 10 минут, ваши ответы очень важны для нас, на их основе будут вноситься уточнения в государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса. Все ответы будут обрабатываться только в обобщенном виде.

ЕСЛИ СПРАШИВАЮТ: Подтвердить проведение опроса вы можете в Торгово-промышленной палате Ямало-Ненецкого автономного округа, тел. 8(34922)36045.

#### **Блок №1. Эффективность и достаточность мер государственной поддержки**

1. (М) Пожалуйста, укажите, в каких мерах поддержки со стороны органов власти нуждается сегодня ваше предприятие (ваш бизнес)? (ЗАЧИТАТЬ ВСЕ ОТВЕТЫ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ. РЕСПОНДЕНТ МОЖЕТ ВЫБРАТЬ ДО ТРЕХ ОТВЕТОВ)
  1. поддержка благоприятной предпринимательской среды; (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  2. информационная поддержка; (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  3. консультационные услуги; (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  4. прямая финансовая поддержка; (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  5. образовательные услуги; (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  6. имущественная поддержка (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  7. другое (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  8. ни в каких не нуждаемся (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
  9. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
2. (М) Какие объекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в ЯНАО вам знакомы? (ЗАЧИТАТЬ ВСЕ ОТВЕТЫ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ. РЕСПОНДЕНТ МОЖЕТ ВЫБРАТЬ ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)
  1. фонды поддержки малого и среднего предпринимательства;
  2. гарантийные фонды;
  3. бизнес-инкубаторы;
  4. микрофинансовые организации;
  5. информационно-консультационные центры;
  6. технопарки, инновационно-технологические центры;
  7. фонды инновационного развития;
  8. торгово-промышленная палата
  9. другие (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  10. никакие не знакомы (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
  11. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

3. **(М) Какими услугами, предоставляемыми в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, вы воспользовались в 2013 году?** (ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ. ИМЕЮТСЯ В ВИДУ ТОЛЬКО ТЕ УСЛУГИ, КОТОРЫЕ БЫЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНЫ ОБЪЕКТАМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, ПЕРЕЧИСЛЕННЫМИ В ВОПРОСЕ 2)
1. аренда помещения;
  2. информационная и консультационная поддержка;
  3. гранты, субсидии;
  4. предоставление микрозаймов;
  5. предоставление целевых займов субъектам малого и среднего предпринимательства;
  6. предоставление поручительств;
  7. финансовая аренда, лизинг;
  8. специальные услуги в области права, бухгалтерского учета и т.д.
  9. другие (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  10. никакими (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
  11. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
4. **(М) Какие факторы помешали вам воспользоваться услугами, предлагаемыми этими объектами инфраструктуры, в полной мере?** (ВОПРОС ДЛЯ ВСЕХ РЕСПОНДЕНТОВ. ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)
1. Ничто не помешало, воспользовался услугами в полной мере
  2. отсутствие объекта инфраструктуры;
  3. ограничение количества мест (отсутствие мест) в объекте инфраструктуры;
  4. Мое предприятие не соответствовало установленным требованиям;
  5. Не знали, что есть указанная поддержка;
  6. Трудности с оформлением документов
  7. другие (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  8. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
5. **Какими видами услуг для малого и среднего бизнеса, на ваш взгляд, нужно дополнить объекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства?** (ЗАПИСАТЬ. НУЖНО СПРОСИТЬ ИМЕННО ПРО УСЛУГИ, НЕ ОТМЕЧЕННЫЕ В ВОПРОСЕ 3)
- 
6. **Как вы оцениваете качество услуг для предпринимателей, предоставляемых в объектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства?**
1. Очень плохо
  2. Скорее плохо
  3. Не плохо и не хорошо
  4. Скорее хорошо
  5. Очень хорошо
  6. Трудно сказать (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
7. **Пожалуйста, прокомментируйте, почему Вы считаете именно так?** (ЗАПИСАТЬ. ДОБИТЬСЯ СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО ОТВЕТА. ВАРИАНТЫ «ПЛОХОЙ-ХОРОШИЙ», «НРАВИТСЯ – НЕ НРАВИТСЯ» НЕ ПРИНИМАЮТСЯ. УТОЧНЯЙТЕ: ПОЧЕМУ ВЫ ОЦЕНИЛИ ЭТИ УСЛУГИ КАК ПЛОХИЕ? ПОЧЕМУ КАК ХОРОШИЕ?)
- 
8. **(М) Получали ли вы какие-либо из следующих видов финансовой помощи для малого и среднего предпринимательства:** (ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)
1. гранты начинающим СМП на создание собственного дела;
  2. содействие лизингу оборудования;
  3. гранты на инновации;

4. субсидии, связанные с энергоэффективностью производства
  5. другое (ЗАПИСАТЬ)
  6. не получал ничего из этого (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
  7. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
9. **(М) Какие факторы помешали воспользоваться финансовыми видами поддержки (ВОПРОС ТОЛЬКО ДЛЯ ТЕХ, КТО ВЫБРАЛ ВАРИАНТЫ 5-6-7 В ПРЕДЫДУЩЕМ ВОПРОСЕ. ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ):**
1. не знали, что есть указанная поддержка;
  2. трудности с оформлением документов;
  3. объем поддержки не стоит затраченных усилий;
  4. незначительный объем поддержки
  5. другое (ЗАПИСАТЬ)
  6. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
10. **(М) А какие из этих видов помощи кажутся вам наиболее привлекательными, с точки зрения поддержки малого и среднего бизнеса государством? (ДО ДВУХ ОТВЕТОВ)**
1. гранты начинающим СМП на создание собственного дела;
  2. содействие развитию лизинга оборудования;
  3. гранты на инновации;
  4. субсидии связанные с энергоэффективностью производства
  5. другое (ЗАПИСАТЬ)
  6. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
11. **(М) Какие информационные ресурсы предоставляют вам, как представителю малого и среднего предпринимательства, информационную поддержку по вопросам ведения бизнеса? ЗАЧИТАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ. РЕСПОНДЕНТ МОЖЕТ ВЫБРАТЬ ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)**
1. СМИ (радио, телевидение, печатные издания) (ЗАПИСАТЬ, ЧТО ИМЕННО)
  2. Интернет-ресурсы (сайты фондов, ИОГВ, ОМСУ, НКО и т.д.);
  3. непосредственное консультирование в налоговой инспекции, фондах соцстрахования и т.п.
  4. прочие информационные ресурсы (УКАЖИТЕ, КАКИЕ ИМЕННО)
  5. Никакие ресурсы не дают такую информацию (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
  6. Затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
12. **(М) Какие из перечисленных ниже интернет-ресурсов вы использовали в течение последнего года для получения информации о поддержке малого и среднего предпринимательства? (ЗАЧИТАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ В СЛУЧАЙНОМ ПОРЯДКЕ. ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)**
1. сайт департамента экономики ЯНАО;
  2. сайт Правительства ЯНАО;
  3. сайт Минэкономразвития России;
  4. сайт Фондов поддержки малого и среднего предпринимательства;
  5. сайты муниципальных образований ЯНАО;
  6. сайт гарантийного фонда поддержки;
  7. сайт микрофинансовой организации;
  8. сайт ТПП ЯНАО;
  9. сайт Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»;
  10. сайт регионального отделения «ОПОРЫ РОССИИ» в Ямало-Ненецком автономном округе
  11. ничего из этого (ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ 14)
13. **Как часто вы использовали в этом году перечисленные информационные ресурсы для получения информации о поддержке малого и среднего бизнеса?**
1. 1 раз в неделю и чаще
  2. 2-4 раза в месяц
  3. 1 раз в месяц

4. 1-2 раза за полгода
  5. Реже, чем раз в полгода
  6. Не использовал их вообще
14. **(М) Принимали ли вы в 2013 году участие в обучающих семинарах, выставках, советах по развитию малого и среднего предпринимательства и других мероприятиях, связанных с предпринимательской деятельностью? (ЗАЧИТАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ. ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)**
1. Обучающие семинары
  2. Выставки, конференции
  3. Советы по развитию малого и среднего бизнеса
  4. Прочие мероприятия (ЗАПИСАТЬ, КАКИЕ)
  5. Не принимал участия ни в каких мероприятиях (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
  6. Затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
15. **(М) На ваш взгляд, какими информационными услугами нужно дополнить информационную поддержку малого и среднего бизнеса? (ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)**
1. дополнительные услуги некоммерческих организаций, фондов по информированию предприятий малого и среднего бизнеса
  2. электронная, смс-рассылки;
  3. средства массовой информации;
  4. горячая линия
  5. другое (ЗАПИСАТЬ)
  6. ничего не надо добавлять (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
  7. затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

## **Блок №2. Характеристика компании**

16. **Разрешите задать несколько вопросов о вашем предприятии для нашей статистики. Какой вид налогообложения используется вами?**
1. Упрощенка с объектом налогообложения «доходы»;
  2. Упрощенка с объектом налогообложения «доходы минус расходы»;
  3. Патентная система;
  4. ЕНВД
  5. общий режим налогообложения
  6. отказались отвечать (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ; ОТМЕЧАТЬ В ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ СЛУЧАЯХ)
17. **Какова численность сотрудников вашей компании, включая основателя?**
1. От 1 до 5 человек
  2. От 6 до 30 человек
  3. От 31 до 100 человек
  4. От 100 до 250 человек
  5. Больше 250 человек
18. **В какой сфере работает ваша компания? (ОДИН ОТВЕТ)**
1. Добыча или транспортировка нефти, газа, геология, геофизика
  2. Строительство
  3. Промышленное производство
  4. Транспорт, связь
  5. Коммунальное хозяйство
  6. Образование, медицина, наука, культура
  7. Гостиничный и ресторанный бизнес
  8. Торговля
  9. Обслуживание населения (предоставление услуг)
  10. Реклама, консультирование, средства массовой информации, услуги для бизнес-клиентов
  11. Операции с недвижимым имуществом, аренда
  12. Другое (ЗАПИСАТЬ)

**19. Как долго вы работаете на рынке ЯНАО?**

1. До 1 года
2. От 1 до 2 лет
3. От 2,5 до 4 лет
4. От 5 до 7 лет
5. От 8 до 10 лет
6. От 11 до 15 лет
7. Более 15 лет

**20. Укажите, где территориально расположен основной офис вашей компании? (ОДИН ОТВЕТ)**

1. Салехард
2. Тарко-Сале
3. Лабытнанги
4. Ноябрьск
5. Новый Уренгой
6. Надым
7. Муравленко
8. Губкинский
9. Надымский р-н
10. Приуральский р-н
11. Пуровский р-н
12. Шурышкарский р-н
13. Тазовский р-н
14. Ямальский р-н
15. Красноселькупский р-н

**21. Привлекали ли Вы в 2013 году кредитные средства для развития Вашего бизнеса? (ОДИН ОТВЕТ)**

1. Не хотел и не привлекал
2. Хотел, но не смог получить кредит
3. Получил кредит для развития бизнеса
4. Другое (ЗАПИСАТЬ)

**22. Как бы Вы могли оценить положение Вашей компании на рынке?**

1. Один из лидеров в своем сегменте
2. Сильные позиции, но не лидирующие
3. Небольшая доля рынка, далеко от лидеров
4. Другое (ЗАПИСАТЬ)

**23. Пожалуйста, оцените некоторые аспекты деятельности/состояния Вашей компании: (ОДИН ОТВЕТ В КАЖДОЙ СТРОКЕ)**

	Неблагополучно	Скорее неблагоприятно	Скорее благополучно	Благополучно	Трудно сказать
1. Финансовое состояние	1	2	3	4	99
2. Имущественные ресурсы	1	2	3	4	99
3. Кадровые ресурсы	1	2	3	4	99
4. Конкурентная среда	1	2	3	4	99
5. Правовые условия ведения бизнеса применительно к компании	1	2	3	4	99
6. Размер транзакционных (операционных) издержек	1	2	3	4	99

**Блок №3. Оценка делового климата**

**24. Пожалуйста, оцените, насколько успешно развивается ваш бизнес в настоящее время?**

1. Очень плохо
2. Скорее плохо
3. Ни плохо, ни хорошо
4. Скорее хорошо
5. Очень хорошо

**25. Насколько хорошим или плохим стал для Вашей компании 2013 год?**

1. Очень плохим
2. Скорее плохим
3. Не плохим и не хорошим
4. Скорее хорошим
5. Очень хорошим

**26. Если сравнить текущее состояние Вашего бизнеса с «докризисными» временами (первая половина 2008 года), то сейчас ситуация в Вашей компании лучше или хуже, чем до кризиса?**

1. Сейчас значительно лучше
2. Немного лучше
3. Примерно одинаково
4. Немного хуже
5. Сейчас значительно хуже
6. Компания тогда еще не существовала

**27. Как вы думаете, в следующем 2014 году, по сравнению с этим годом, ваш бизнес будет:**

1. Менее успешным
2. Скорее менее успешным
3. Таким же, без изменений
4. Скорее более успешным
5. Более успешным

**28. Пожалуйста, оцените уровень делового климата Ямало-Ненецкого автономного округа по представленным ниже показателям, используя шкалу от 1 до 10 баллов (1- самый низкий, 10 - самый высокий)**

Показатели *	Оценка по шкале от 1 до 10 баллов
1. Регистрация компании (открытие бизнеса)	
2. Получение заемных средств, кредитов	
3. Регистрация собственности	
4. Защита инвесторов	
5. Налогообложение	
6. Наем и увольнение персонала	
7. Получение разрешения на определенные виды деятельности	
8. Обеспечение контрактов	
9. Торговые связи с другими регионами	
10. Ликвидация предприятия закрытие бизнеса	

**29. (М) Назовите, пожалуйста, три наиболее острые проблемы, мешающие развитию малого и среднего бизнеса в нашем регионе. (ДО ТРЕХ ОТВЕТОВ)**

1. Рост цен
2. Недостаток квалифицированных кадров
3. Неразвитая инфраструктура (энергетика, транспорт)
4. Требования регулирующих органов
5. Низкая доступность помещений (складских, офисных, торговых) требуемого качества
6. Высокие тарифы для предприятий
7. Недобросовестная конкуренция (когда некоторые компании оказываются в привилегированном положении)
8. Слишком высокие налоги / неэффективное налоговое администрирование
9. Сложность с доступом к внешнему финансированию
10. Высокие административные барьеры
11. Недостаточная защищенность прав собственности и контрактных прав
12. Отсутствие ясных целей, ориентиров развития округа
13. Чрезмерно высокая зависимость от сырьевого экспорта
14. Неэффективное государственное управление
15. Коррупция в местных органах власти
16. Коррупция в окружных органах власти
17. Организованная преступность (в т.ч., рейдерство)
18. Другое (ЗАПИСАТЬ)

**30. Как по-Вашему, насколько легко компании из другого региона войти на рынок ЯНАО?**

1. Очень сложно
2. Скорее сложно
3. Ни легко, ни сложно
4. Скорее легко
5. Очень легко
6. Трудно сказать (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

**31. Где в целом лучше условия для ведения бизнеса – в ЯНАО или в большинстве других российских регионов?**

1. Лучше в ЯНАО
2. Везде одинаково
3. Лучше в других регионах
4. Сложно сказать (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

**Блок №4. Уровень восприятия коррупции****32. Как вы оцениваете общий уровень коррупции в ЯНАО, на данный момент, по разным видам госструктур:**

	Низкая коррупцирован ность (коррупции почти нет)	Средняя коррупцирован ность (коррупция есть, но она не обременитель на для бизнеса)	Высокая коррупцирован ность (коррупция мешает бизнесу развиваться)	Трудно сказать, не знаю
1. Территориальные органы федеральных органов власти	1	2	3	99
2. Исполнительные органы власти автономного округа	1	2	3	99
3. Органы местного самоуправления	1	2	3	99

**33. Как бы Вы оценили эффективность мер по борьбе с коррупцией в ЯНАО:**

1. Очень эффективные
2. Скорее эффективные
3. Скорее неэффективные
4. Очень неэффективные
5. Трудно сказать

**Блок №5. Уровень восприятия административного давления на малый и средний бизнес****34. Как вы оцениваете общий уровень административных барьеров в ЯНАО (речь идет о препятствиях, которые госслужбы создают для бизнеса из-за неэффективной работы, плохого законодательства, избыточного «рвения» при проверках)?**

1. Административных барьеров в ЯНАО не существует
2. Уровень невысокий: административные барьеры есть, но они не слишком обременительны для бизнеса
3. Достаточно высокий: административные барьеры обременительны для бизнеса
4. Крайне высокий: можно сказать, что административные барьеры «душат» бизнес

**35. (М) Контрольно-надзорная деятельность каких госорганов из следующего списка сильно мешала вашей работе в 2013 году? (ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ)**

1. Антимонопольные органы
2. Лицензирующие органы
3. МВД (полиция)
4. Местные органы власти
5. Налоговая инспекция
6. Общество по защите прав потребителей
7. Окружные органы власти
8. Противопожарная служба
9. Росветнадзор
10. Роспотребнадзор
11. Ростехнадзор
12. Строительный надзор
13. Экологический надзор
14. Другие структуры (ЗАПИСАТЬ, КАКИЕ)
15. Никакие проверяющие структуры сильно не мешали нашей работе в этом году (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)
16. Затруднились ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

**36. Как по-Вашему, достаточное или недостаточное внимание уделяют власти ЯНАО вопросам развития малого и среднего предпринимательства?**

1. Вполне достаточное
2. Достаточное, но нужно больше
3. Недостаточное

**37. В заключение сформулируйте, пожалуйста, две-три рекомендации для властей ЯНАО, которые могли бы помочь развитию малого и среднего предпринимательства в регионе? (ЗАПИСАТЬ МАКСИМАЛЬНО ПОДРОБНО!)**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_



**38. Разрешите записать ваш номер факса и адрес электронной почты, а также ваше имя для возможной проверки моей работы.**

1. Имя респондента: (ЗАПИСАТЬ)
2. Должность респондента: (ЗАПИСАТЬ)
3. Адрес электронной почты: (ЗАПИСАТЬ)
4. Номер факса (с кодом): (ЗАПИСАТЬ)

**Большое спасибо за ваши ответы и ваше время!**