



Потенциал центров поддержки предпринимательства в контексте содействия развитию социального предпринимательства в Беларуси ¹

Анна Огинская, Юлия Ефименко, 2019

BEROC Policy Paper Series, PP no. 71

Резюме

Настоящее исследование позволило провести предварительную оценку потребностей социальных предпринимателей Беларуси в информационно-консультационных услугах и определить возможности существующих центров поддержки предпринимательства (ЦПП) в удовлетворении таких потребностей. Среди основных потребностей выделены консультации в узких областях права и бухгалтерского учета; бесплатные услуги либо преференции при их получении; предоставление комплексной информации по возможностям получения льгот и преференций в контексте конкретного бизнеса. В целом отмечен невысокий потенциал ЦПП в области комплексного развития отдельных видов

¹ Данная аналитическая записка написана по результатам проекта «Исследование потенциала центров поддержки предпринимательства в Беларуси в контексте информационно-консультационной поддержки субъектов социального предпринимательства», реализованного центром BEROC по заказу Представительства Дортмундского международного образовательного центра в Республике Беларусь. Выводы, изложенные в настоящей статье, являются исключительной ответственностью авторов.

бизнеса, в т.ч. социального; ограниченная мотивация к расширению спектра оказываемых услуг; оказание на льготных основаниях лишь базовых консультаций. Как правило, ЦПП и ИМП нацелены на извлечение максимального дохода от коммерческой деятельности в ущерб развитию деловых и просветительских инициатив, что обусловлено недостаточной внешней поддержкой и финансированием. Исследование также позволило провести классификацию существующих ЦПП с учетом профиля оказываемых услуг и идентифицировать образовательные, консалтинговые, узкоспециализированные, диверсифицированные и непрофильные центры. Все они обладают различным потенциалом в области развития собственных компетенций и реализации инициатив по содействию развитию предпринимательства, в т.ч. социального.

1. Введение

Инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь представлена центрами поддержки предпринимательства (далее ЦПП), инкубаторами малого предпринимательства (далее ИМП), а также организациями, осуществляющими финансовую поддержку предпринимателей. По данным на 10.06.2019 в стране функционируют 105 ЦПП и 24 ИМП². Субъекты инфраструктуры широко представлены как в г. Минске, так и в регионах. Основной целью деятельности ЦПП и ИМП является оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в запуске и развитии бизнеса. В то же время остается не ясной текущая роль и потенциал субъектов инфраструктуры в развитии отдельных направлений предпринимательской активности, в частности, социального предпринимательства. Будучи относительно новым явлением в деловой среде в Беларуси, социальное предпринимательство обладает высоким потенциалом в решении социальных, экологических и других общественно значимых проблем. В зависимости от методологии подсчета количество социальных предприятий в европейских странах составляет от нескольких сотен (в Венгрии, Чехии, Дании, Эстонии) до 6-28 тыс. во Франции, 40-70 тыс. в Германии, 40 тыс. в Италии³. В 2018 г. социальные предприятия внесли около 3 % в ВВП Великобритании⁴, а к 2020 г. их доля в ВВП Евросоюза прогнозируется на уровне 9 %⁵. Достижение таких показателей было бы

² Несмотря на акцент в исследовании на ЦПП, в опросы были также включены ИМП в каждой области.

³ A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – European Commission, 2015

⁴ Social Enterprise UK, Future of Business – State of Social Enterprise, 2018.

⁵ Dobele L., Dobele A. Economic Gains from Social Entrepreneurship Development in Latvia //Regional Formation and Development Studies. – 2014. – Т. 14. – №. 3. – С. 30-39.

невозможно без сопутствующей регуляторной политики, мер по финансовой поддержке, информационно-консультативной помощи. Важный вклад в обучение и информационное сопровождение социальных предпринимателей на начальном этапе призваны оказывать бизнес-инкубаторы и ЦПП, однако в контексте поддержки социальных предпринимателей в Республике Беларусь, во-первых, не до конца изучены потребности в информационно-консультационных услугах самих социальных предпринимателей; во-вторых, не ясен опыт и располагаемые ресурсы ЦПП и ИМП для удовлетворения таких потребностей.

В этой связи целью настоящего исследования является предварительная идентификация потребностей социальных предпринимателей в консультационных услугах и оценка потенциала существующих ЦПП в содействии развитию социального предпринимательства в стране. Для этого поставлены и решены следующие задачи: выявлены специфические информационно-консультационные потребности социальных предпринимателей в Беларуси; определены критерии оценки деятельности ЦПП и ИМП, в т.ч. в контексте помощи социальным предпринимателям; проведена оценка оказываемых услуг, выявлены барьеры в использовании услуг ЦПП социальными предпринимателями; даны рекомендации по выбору ЦПП и ИМП для последующей реализации проектов по усилению компетенций в помощи социальным предпринимателям.

2. Методология исследования

Исследование проводилось в апреле-мае 2019 г. и состояло из нескольких этапов. На первом этапе был проведен анализ текущего законодательства в сфере регулирования деятельности инфраструктуры поддержки малого предпринимательства; проанализированы механизмы функционирования, подходы к финансированию и перечень услуг, которые оказывают все ЦПП в стране. Результатом анализа стала классификация существующих ЦПП по критерию ключевых компетенций.

Задачей второго этапа было предварительное выяснение потребностей социальных предпринимателей в информационно-консультационных услугах, а также их осведомленности о деятельности субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства. Для этого была проведена серия из 8 полуструктурированных глубинных интервью с социальными предпринимателями⁶. Результатом данного этапа

⁶ В рамках исследования к социальным предпринимателям отнесены предприниматели, осуществляющие деятельность в юридическом статусе индивидуальных предпринимателей, чья миссия состоит в решении социальных, экологических или культурных проблем. Участники интервью на втором этапе были выбраны

исследования стала анкета, разработанная для опроса ЦПП и ИМП. Третий этап исследования включал проведение опроса среди ЦПП и ИМП с целью определения результативности деятельности, располагаемых ресурсов, потребностей и барьеров развития, а также потенциала в области содействия развитию новых субъектов бизнеса, в частности, социального предпринимательства. В опросе приняли участие 27 центров поддержки предпринимательства из 104 и 7 бизнес-инкубаторов из 25 существующих (таблица 1, по состоянию на май 2019 года). В выборку были включены частные и государственные учреждения; учреждения с различными ключевыми компетенциями.

Таблица 1. Распределение опрошенных ЦПП и ИМП по регионам

Регион	ЦПП	ИМП
Брестская область	2	
г. Брест	2	1
Витебская область	1	
г. Витебск	2	1
Гомельская область	3	
г. Гомель	2	1
Гродненская область	2	1
г. Гродно	5	
Минская область	3	1
Могилевская область	3	
г. Могилев	2	2
ИТОГО	27	7

На заключительном этапе исследования были опрошены клиенты исследованных ЦПП и ИМП. Респонденты были выбраны из числа 57 организаций и индивидуальных предпринимателей, рекомендованных самими ЦПП и ИМП. Вопросы касались потребностей в информационно-консультационной поддержке на этапе основания и осуществления текущей деятельности, а также степени удовлетворенности помощью, получаемой от субъектов инфраструктуры.

из числа участников конкурса Social Weekend, таким образом, чтобы выборка включала разные отрасли бизнесов и поло-возрастную структуру руководителей.

3. Потребности социальных предпринимателей в консультационной поддержке в Беларуси

Предварительное исследование потребностей социальных предпринимателей показало, что ими слабо востребованы услуги существующих в Беларуси субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства. В ходе запуска бизнеса и ведения деятельности они в большей степени полагаются на собственный опыт и знания либо самостоятельно ищут информацию (в системах поиска правовой информации, в Интернете, на форумах, среди коллег и знакомых). Большинство участников интервью запускали социальные проекты уже имея опыт работы в бизнесе либо опыт открытия собственного дела. Часть респондентов отмечали, что в осуществлении предпринимательской деятельности им пригодилось юридическое образование.

Наиболее востребованной темой консультаций предприниматели назвали право и бухгалтерский учет. При отсутствии должного опыта и знаний в этих сферах, респонденты предпочитают самостоятельно обращаться за разъяснениями в соответствующие государственные учреждения либо искать компетентных консультантов/организации в интернете. При этом для социального бизнеса характерна потребность в комплексной информации в узких сферах (например, трудоустройство инвалидов) либо помощь в построении нетривиальных бизнес моделей.

Опрошенные социальные предприниматели указали на потребность в бесплатных или льготных консультациях и информации как на стадии запуска бизнеса, так и на протяжении осуществления деятельности. Обращение за платными консультациями происходит в редких случаях, однако платные услуги (например, бухгалтерское сопровождение бизнеса) востребованы. Респонденты отметили также большую потребность в консолидации информации о всех льготах и преференциях, на которые имеют право социальные предприниматели в рамках того или иного бизнеса.

Что касается комплексного обучения по теме предпринимательства, то наиболее ценным источником респонденты назвали конкурсы и школы (Social weekend, Конкурс предпринимательских идей, школа «Социальный предприниматель» и др.), где в процессе участия со своим проектом они посещали разнообразные лекции, тренинги, получали поддержку и консультации менторов. Такие проекты, а также бизнес-форумы и другие открытые мероприятия ценны бесплатным участием, многообразием новых контактов,

специализированной информацией. Зачастую социальные предприниматели получают новую информацию из последующих e-mail рассылок таких проектов либо из сети контактов, которые образуются благодаря им.

Среди потенциально наиболее популярных каналов распространения информации о деятельности ЦПП и иных субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства респонденты называли интернет. Однако в ходе интервью прозвучала и идея о том, что простое распространение информации о деятельности ЦПП и иных подобных учреждений недостаточно: необходимо целенаправленно искать представителей целевой группы для консультаций и развития бизнеса. В этой связи более высокую ценность обретают учреждения и отдельные консультанты, позиционирующие себя в узкой области и готовые поделиться реальным опытом и знаниями.

С учетом выявленных в ходе опроса фактов и мнений были сформулированы следующие критерии для оценки потенциала существующих ЦПП и ИМП в консультировании социальных предпринимателей:

- возможность оказания бесплатных либо льготных консультационных услуг для отдельных категорий клиентов;
- компетенции и опыт в предоставлении информации в узких сферах права и бухгалтерского учета;
- готовность предоставления комплексной информации, касающейся бесплатного или льготного получения любых услуг/средств/аренды и т.п. в контексте конкретного бизнеса;
- опыт работы с партнерами и готовность к сотрудничеству.

Разработанная с учетом данных критериев анкета для опроса ЦПП и ИМП включала также вопросы, характеризующие общий потенциал развития таких организаций (количество персонала, область компетенций, количество мероприятий и консультаций, намерения по расширению количества услуг и повышения их качества, доля повторно обратившихся клиентов и доля клиентов, создавших рабочие места и др.).

4. Модели функционирования и компетенции центров поддержки предпринимательства

Центры поддержки предпринимательства наравне с инкубаторами малого предпринимательства относятся к инфраструктуре поддержки малого и среднего бизнеса в Беларуси⁷. Деятельность ЦПП в основном касается предоставления информационных и консультационных услуг, проведения образовательных мероприятий. Кроме того, центры проводят подготовку и переподготовку персонала, призваны содействовать в получении финансовых ресурсов и оказывать иное содействие малым и средним предприятиям. К основным задачам ИМП относятся предоставление в аренду помещений и имущества, а также содействие развитию компаний-резидентов.

Курирующим органом для центров и инкубаторов выступает Министерство экономики. Министерство присваивает соответствующий статус (по заявительному принципу), принимает годовые планы работы организаций и отчеты об их выполнении. Основные показатели в отчетах носят количественный характер: количество проведенных открытых мероприятий, количество бесплатных консультаций по поводу открытия бизнеса и др. Зачастую инициатива в присвоении статуса ЦПП исходит от местных госорганов: исполкомы предлагают получить данный статус успешным коммерческим структурам в целях покрытия районов субъектами инфраструктуры. Некоторые ЦПП ответственны за развитие предпринимательства в нескольких районах (где центры отсутствуют).

Как правило, ЦПП и ИМП функционируют на условиях самоокупаемости. Поддержка данных организаций со стороны государства заключается в некоторых льготах и субсидиях. У всех центров есть возможность получать 50% скидку по арендной плате (либо использовать понижающие коэффициенты), а также дотации от исполкомов на приобретение оргтехники и проведение мероприятий. ЦПП возмещаются расходы за пользование юридическими базами данных («Консультант плюс»), проведение ремонта, возможно освобождение от земельного налога, налогов на прибыль и недвижимость, дотации на создание рабочих мест⁸. На практике часть из предлагаемых льгот не используется, например, если помещение находится в собственности либо расчет аренды

⁷ Деятельность данных субъектов регламентируется следующими нормативно-правовыми актами: Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. «О поддержке малого и среднего предпринимательства»; Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»; Указ Президента Республики Беларусь от 29 марта 2012 г. № 150 «О некоторых вопросах аренды и безвозмездного пользования имуществом»; Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 декабря 2010 г. № 1911 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь "О поддержке малого и среднего предпринимательства».

⁸ Согласно Указу Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства».

по методу коэффициентов оказывается более выгодным. В ходе опросов некоторые ЦПП также указали на то, что использование льгот накладывает дополнительные обязательства и требует времени и человеческих ресурсов для оформления документации, а также влечет ответственность за выполнение сопутствующих условий. Некоторые центры участвуют в проектах развития с государственным или международным финансированием. Однако основным источником дохода является непосредственно предоставление коммерческих услуг.

В ходе опроса ЦПП и ИМП выяснилось, что их основными клиентами являются индивидуальные предприниматели (их доля в опрошенных организациях составила 41,2 %) и малый бизнес (35,3 %), а также лица, приступающие к открытию своего дела в т.ч. безработные (29,4 %). Для безработных часть ЦПП проводит обучение по основам предпринимательства (если эту функцию им передал исполком). Данная услуга бесплатна для безработных, расходы ЦПП по проведению семинаров покрываются исполкомом.

Более половины опрошенных субъектов указали, что относятся к частной форме собственности. Однако среди учредителей частных ЦПП встречаются облизполкомы (т.е. присутствует доля государственной собственности, которая составляет менее 50%). Более 60% опрошенных руководителей ЦПП и ИМП указали, что имеют опыт работы в бизнесе (либо занимаются бизнесом в настоящий момент).

На вопрос о миссии организации респонденты в основном указывали общие положения, касающиеся содействия развитию предпринимательства. Отдельные ЦПП указывали более конкретные формулировки: «Методическая помощь в открытии своего бизнеса», «Бухгалтерское и методическое сопровождение малого бизнеса», «Помощь малому бизнесу в сфере финансового учета». Как правило, это ЦПП, функционирующие на базе консалтинговых организаций, предоставляющих услуги по бухгалтерскому сопровождению бизнеса. В целом можно отметить, что исследованные организации в большинстве своем не имеют четкой стратегической ориентации, и подчиняют свою деятельность не столько цели содействия развитию предпринимательству, сколько получению прибыли от любых востребованных предпринимателями услуг, которые позволяют оказывать имеющиеся у ЦПП ресурсы.

Основная область компетенций опрошенных центров сосредоточена вокруг консультаций по поводу запуска бизнеса, услуг в сфере составления бизнес-планов, сопровождения

бизнеса в области бухгалтерии, права, маркетинга, кадрового учета и охраны труда. Анализ перечня услуг всех ЦПП в стране показал также, что любой центр имеет возможность предоставить базовую консультацию по открытию собственного дела. Такая консультация включает выбор оптимальной организационной формы и алгоритм регистрации, выбор системы налогообложения, выбор обслуживающего банка. Данные консультации оказываются бесплатно. Большинство ЦПП предоставляют услуги по составлению базовых бизнес-планов, необходимых безработным для получения ссуды на открытие собственного дела. Все ЦПП обязаны проводить открытые образовательные мероприятия, среди них - семинары по разъяснению законодательства с приглашением представителей инспектирующих и других госорганов; конференции с бизнес-спикерами; тематические семинары с участием собственных специалистов; школы предпринимательства и пр. Иные услуги реализуются центрами по собственной инициативе, в зависимости от спроса в регионе и собственных компетенций. Поиск и найм персонала с нужными компетенциями, а также повышение квалификации и переподготовка кадров реализуется за счет собственных средств центров.⁹

Анализ ключевых компетенций всех функционирующих в Беларуси центров позволил классифицировать ЦПП следующим образом:

- Образовательные – организации, специализирующиеся на образовательных мероприятиях, семинарах, курсах для безработных. Зачастую, кроме просветительской деятельности такие центры оказывают разнообразные, не подчиненные единой стратегии услуги (для достижения безубыточности деятельности). В зависимости от квалификации имеющегося персонала это может быть реклама, оценка имущества, полиграфия и пр. Также такие организации участвуют в проведении бизнес-форумов, содействуют в получении кредитов, привлечении инвестиций. К данной категории относятся большинство ЦПП с государственной формой собственности.
- Консалтинговые – организации, специализирующиеся в сфере консалтинга и предоставляющие услуги комплексного бухгалтерского сопровождения бизнеса,

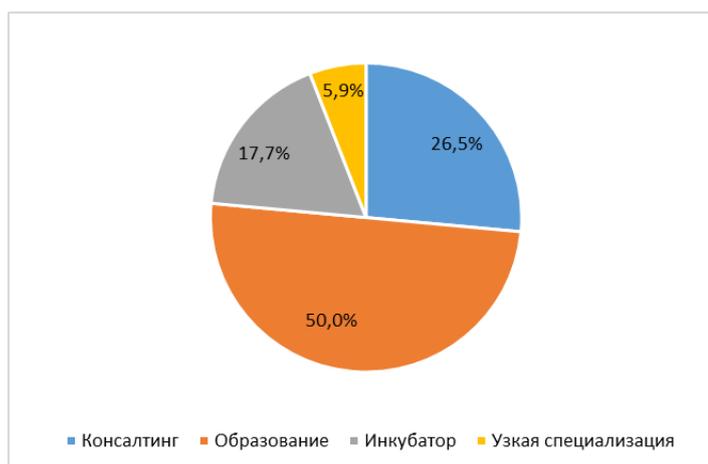
⁹ Например, в результате выхода Указа Президента Республики Беларусь № 338 от 19 сентября 2017 г. «О налоговом консультировании» ЦПП и ИМП вынуждены были за свой счет оплачивать курсы и экзамены бухгалтерам, чтобы иметь возможность оказывать широко востребованные консультации и услуги в области налогообложения.

кадрового учета и т.п. Такие организации обслуживают на основе договоров постоянных клиентов из числа ИП и микроорганизаций.

- Диверсифицированные – организации, которые оказывают базовую поддержку в сфере запуска бизнеса и консультирования по ведению деятельности, но не ориентированы на проведение образовательных мероприятий и целенаправленное содействие развитию предпринимательства. Как правило, такие центры занимаются ведением бухгалтерии, рекламой, оценкой имущества, проведением аукционов и пр.
- Узкоспециализированные – организации, предоставляющие консультации и услуги в узких областях – охрана труда, развитие фермерских хозяйств и т.п.
- Непрофильные – организации, осуществляющие основную деятельность, не связанную с поддержкой предпринимательства: туризм, компьютерные услуги, производство и др. В рамках деятельности ЦПП специалисты таких организаций помимо обслуживания основного бизнеса предоставляют консультации по открытию бизнеса, бухучету, кадровому делопроизводству и т.п.

Перечисленные категории характеризуют также всю совокупность ЦПП в стране. Структура опрошенных организаций в выборке по категориям изображена на рисунке 1:

Рисунок 1. Категории опрошенных организаций

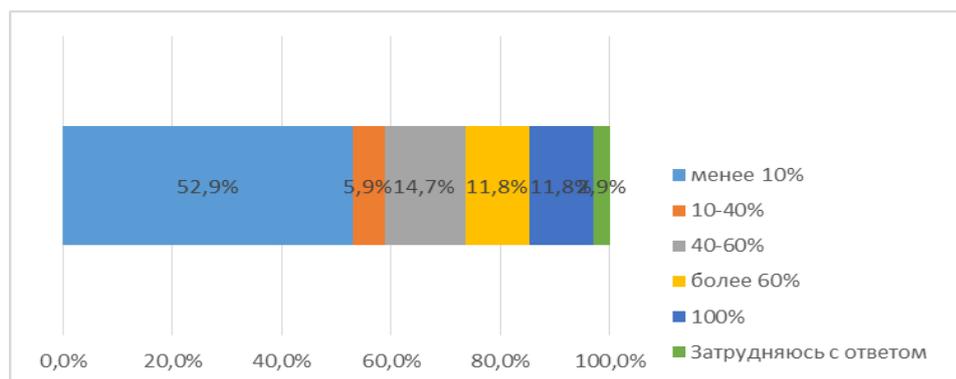


Источник данных: опрос субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства

Услуги, связанные с поддержкой предпринимательства приносят основной доход только для 23,5% опрошенных центров и инкубаторов (рисунок 2). Это объясняется несколькими факторами: во-первых, часть консультаций и образовательных мероприятий ЦПП бесплатны (либо только покрывают издержки на их реализацию); во-вторых, некоторые

ЦПП диверсифицируются и реализуют непрофильные платные услуги для поддержания собственной финансовой устойчивости (например, полиграфия, изготовление штампов, реклама и т.д.); в-третьих, некоторая часть ЦПП осуществляют основную деятельность, не связанную с консалтингом в области сопровождения бизнеса (бухгалтерии, права, маркетинга и т.п.). Например, это деятельность в области туристического бизнеса, производства, компьютерных услуг и т.п.

Рисунок 2. Доля доходов от услуг, связанных с поддержкой предпринимательства



Источник данных: опрос субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства

Около 40 % опрошенных организаций работают над расширением спектра предлагаемых услуг; 58,8 % ЦПП и ИМП признали, что у них не хватает для этого ресурсов. Намерения по повышению качества предлагаемых услуг также озвучили большинство респондентов. При этом образовательные ЦПП чаще указывали на недостаток ресурсов для развития.

Рисунок 3. Потенциал повышения количества и/или качества предоставляемых услуг



Источник данных: опрос субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства

Среди барьеров для своего развития 52,9 % опрошенных ЦПП и ИМП назвали ограниченность финансовых ресурсов. Следующими по значимости барьерами были

названы низкий платежеспособный спрос и нехватка квалифицированных кадров в регионе. При анализе барьеров по отдельным категориям ЦПП выявилась следующая картина (рисунок 4). ЦПП с образовательным профилем отметили среди наиболее значимых барьеров ограниченность финансовых средств, а также нехватку квалифицированных кадров в регионе. Консалтинговые организации основным барьером видят низкую платежеспособность клиентов. Подобная структура барьеров может говорить об ориентации консалтинговых ЦПП в большей степени на коммерческую деятельность, в то время как образовательные ЦПП имеют сложности с достижением финансовой устойчивости и требуют поддержки государства и доноров для реализации просветительских инициатив и проектов поддержки и развития предпринимательства в регионе.

Рисунок 4. Барьеры развития ЦПП и ИМП



Источник данных: опрос субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства

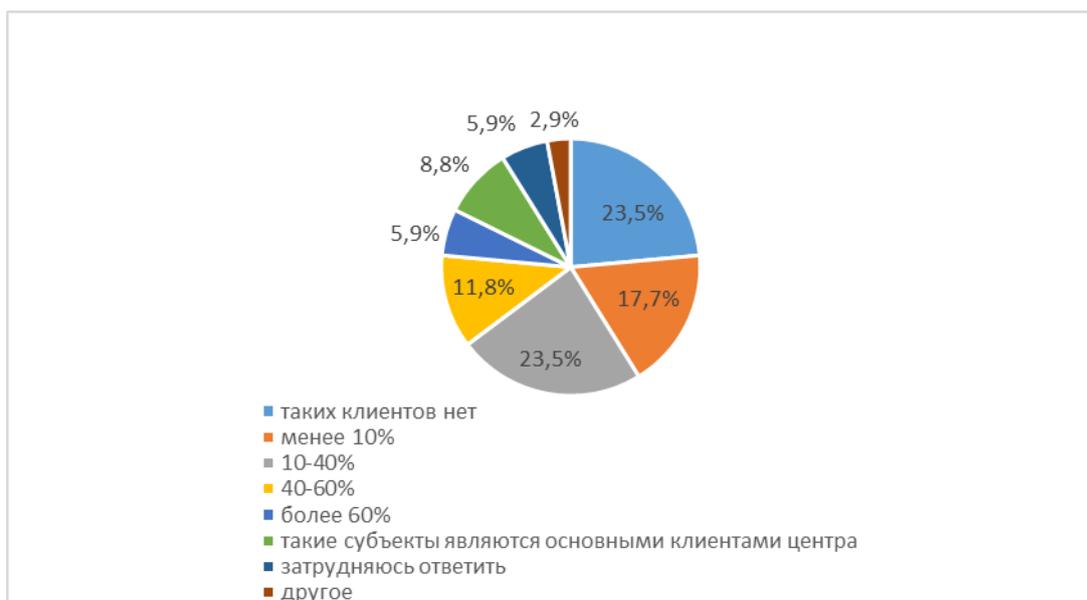
Выявленная структура мотивов и барьеров развития подтверждает тот факт, что финансовое обеспечение деятельности является наиболее острым вопросом для центров и инкубаторов. В результате, приоритетность коммерческой деятельности снижает потенциал ЦПП и ИМП непосредственно в сфере поддержки предпринимательства.

5. Потенциал центров поддержки предпринимательства в области поддержки социальных предпринимателей

Содействие развитию отдельных групп потребителей услуг

Опрос показал, что субъекты с дополнительными потребностями (безработные, молодежь, социальные предприниматели и т.п.) занимают малую долю в общей численности клиентов центров (рисунок 5). Лишь несколько респондентов ответили, что данная категория охватывает основных клиентов организации и лишь в одном опрошенном центре среди клиентов нашелся социальный предприниматель.

Рисунок 5. Доля субъектов с дополнительными потребностями среди клиентов

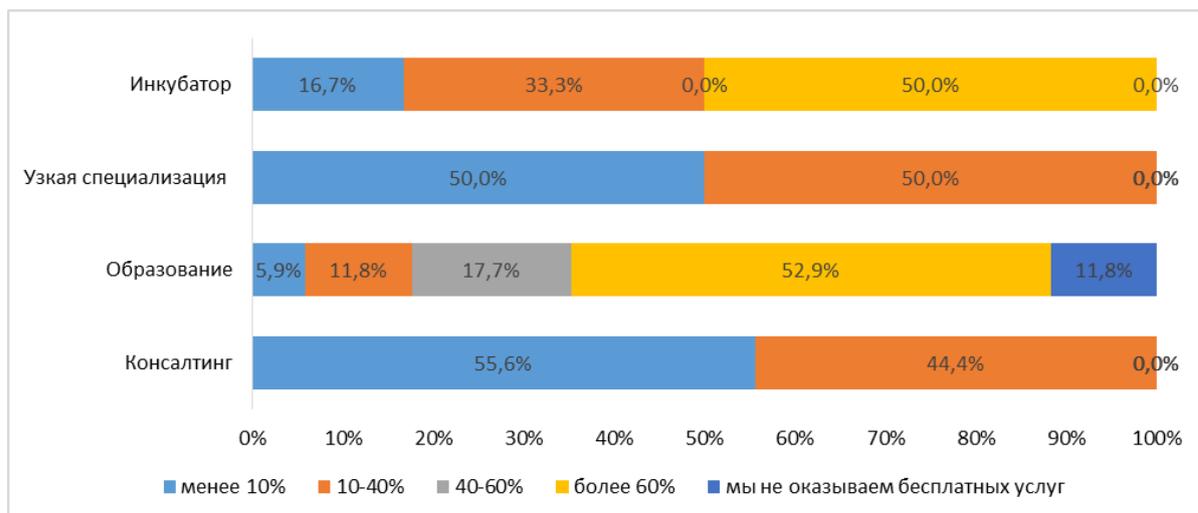


Источник данных: опрос субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства

На вопрос о наличии специальных условий приобретения услуг для отдельных категорий клиентов (в т.ч. социальных предпринимателей) утвердительно ответили все узкоспециализированные ЦПП, 47% образовательных ЦПП и 45% консалтинговых. В основном все ЦПП оказывают бесплатные консультации и обучение для безработных, также были отмечены специальные программы по женскому и социальному предпринимательству; стартап-школы и услуги акселерации для молодежи; программы для лиц пенсионного возраста.

Более трети опрошенных организаций оказывают бесплатные услуги, в основном это консультации по запуску бизнеса. Бизнес-инкубаторы оказывают бесплатные консультации для всех своих резидентов. Наибольшую долю бесплатных консультаций и услуг (52,9 %) оказывают образовательные ЦПП (рисунок 6):

Рисунок 6. Доля бесплатных услуг по категориям организаций



Источник данных: опрос субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства

В случае, если в ЦПП обращаются за консультацией или услугой, которую организация не может предоставить, примерно половина респондентов перенаправляют клиента в другое учреждение. В то же время, 35,5 % респондентов готовы в этом случае привлечь нужного специалиста и оказать консультацию. При анализе по различным категориям ЦПП выяснилось, что образовательные ЦПП в большей мере склонны привлекать нужных специалистов для решения проблемы, в то время как консалтинговые организации перенаправляют клиентов в иные организации. Часть из консалтинговых ЦПП при этом дали пояснения, что готовы ответить на любой запрос клиента, перенаправляя его к собственным партнерам (юристам, маркетологам, бухгалтерам, специализирующимся в сложном налогообложении и т.д.) (рисунок 7):

Рисунок 7. Действия в случае невозможности оказания запрашиваемой услуги/консультации



Источник данных: опрос субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства

Возможности в налаживании партнерских отношений

Большинство респондентов подтвердили факт сотрудничества с партнерскими организациями. Опрошенные ЦПП и ИМП среди своих партнеров отмечали в основном государственные организации: исполкомы, налоговые инспекции, ФСЗН и т.д. В данные учреждения обращаются за разъяснением законодательства, а также приглашают представителей для участия в семинарах. Многие ЦПП работают в сотрудничестве с банками и финансовыми организациями, содействуют клиентам в получении кредитных средств. Большинство ЦПП и ИМП активно привлекают сторонние организации и спикеров для выступления на открытых мероприятиях.

Но вопрос о категориях партнерских организаций большинство ЦПП и ИМП указали кредитно-финансовые организации. Большинство субъектов инфраструктуры сотрудничают с банками в области кредитования, некоторые ЦПП и ИМП заключают соглашения о кредитовании клиентов по ставке 50% от ставки рефинансирования (по Указу 255). Взаимодействие также ведется с Республиканским микрофинансовым центром. Сотрудничество также отмечается в области взаимодействия с донорскими организациями, рекламными партнерами, международными организациями.

Респонденты указали на устойчивые связи существующих ЦПП между собой, особенно активно используется ресурс консалтинговых ЦПП, в них перенаправляют многих клиентов менее специализированные образовательные центры. ЗАО «Брестский научно-

технологически парк» и УП «УИН» в Руденске имеют опыт работы в проектах по социальному предпринимательству.

6. Выводы и рекомендации

Проведенное исследование показало, что потребности социальных предпринимателей в информационной поддержке по предварительной оценке в основном касаются бухгалтерии и права; востребованы консультации по узкоспециализированным вопросам (трудоустройство инвалидов и т.п.); имеется потребность в комплексных образовательных услугах. С учетом специфики ведения социального бизнеса необходима бесплатная информационная и консультационная поддержка либо система льгот и преференций для ее получения.

Существующие в Беларуси ЦПП и ИМП предоставляют бесплатные базовые консультации по запуску бизнеса, однако в условиях отсутствия либо ограниченного финансирования ориентированы на получение максимального дохода от любых услуг, предоставляемых в рамках имеющихся ресурсов. Их возможности по расширению перечня услуг ограничены, а реинвестирование в просветительные и развивающие проекты затруднительны. Тем не менее, организации обладают достаточным потенциалом в сфере сотрудничества, а качество предоставляемых ими услуг оценивается клиентами как высокое. В случае нехватки собственных ресурсов для нужных консультаций и услуг, они готовы перенаправлять клиентов за консультацией к партнерам либо передавать самостоятельно выясненную информацию.

Исследование компетенций ЦПП показало, что в зависимости от перечня услуг и бизнес-модели они могут быть классифицированы на: образовательные; консалтинговые; узкоспециализированные; диверсифицированные и непрофильные организации. Большинство ЦПП относятся к модели образовательных либо консалтинговых. ЦПП с преобладающим образовательным профилем деятельности не всегда обладают штатом высококвалифицированных специалистов, готовых предоставить консультации и услуги по всему кругу вопросов, востребованных предпринимателями. Однако в целом такие организации имеют опыт и заинтересованность в реализации просветительских инициатив и проектов развития. Консалтинговые организации, имеющие статус ЦПП, в целом обладают сильным потенциалом в реализации услуг по сопровождению бизнеса, однако

высокая загрузка сотрудников (при небольшом штате) снижает заинтересованность таких организаций в просветительской деятельности и реализации проектов развития. Такие организации целесообразно привлекать в качестве региональных партнеров в проектах с иными организациями, готовыми взять на себя функции организации и координации. Исходя из этого реализация комплексных образовательных и развивающих инициатив целесообразна с привлечением нескольких ЦПП с различным профилем деятельности.

В целом, будучи относительно новым явлением в Беларуси, социальное предпринимательство пока не получило должного внимания со стороны субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства. Опрос ЦПП и ИМП показал, что большинство из них имеют слабое представление о сущности социального предпринимательства, не имеют опыта консультирования и взаимодействия по проектам, связанным с социальным предпринимательством. Для усиления потенциала существующих ЦПП в области помощи и развития новых субъектов бизнеса, в т.ч. социальных предпринимателей, необходимо:

- Сегментирование клиентов ЦПП и расширение перечня услуг, которые могут быть оказаны отдельным группам предпринимателей бесплатно либо на льготных основаниях;
- Предоставление консолидированной информации о всех льготах и преференциях, доступных предпринимателям в тех или иных сегментах (например, при трудоустройстве инвалидов, трудоустройстве лиц с судимостью и т.п.);
- Реализация комплексных образовательных программ, направленных на повышение общего уровня предпринимательской грамотности и выяснения специфических вопросов в ведении социального бизнеса;
- Проведение системной работы по повышению осведомленности о сущности социального предпринимательства и потребностях социальных предпринимателей. Проведение такой работы актуально как для широкой общественности, так и для госорганов;
- Развитие бренда ЦПП и повышение осведомленности целевых групп об услугах, которые доступны в подобных инфраструктурных организациях.

Следует отметить, что реализация данных мер исключительно силами ЦПП и ИМП затруднительна и требует поддержки на государственном уровне. Такая поддержка

требует, во-первых, закрепления понятия «социальное предпринимательство» и совершенствование ряда нормативно-правовых актов; во-вторых, совершенствования финансовых инструментов, доступных для данной категории предпринимателей; в-третьих, программной поддержки деятельности самих ЦПП, направленной на усиление их потенциала в области развития предпринимательской активности с учетом спроса со стороны существующих субъектов предпринимательства.