

<http://state.unimoldova.com>
УДК: 339.146(478), 346.26

РЫНКИ КАК КОМПОНЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ

Виноградова Наталья

доктор (кандидат) экон.наук, конференциар исследователь
Национальный Институт Экономических Исследований, мун.Кишинэу, РМ
e-mail: natalia.vinogradova01@gmail.com
orcid id: 0000-0003-4485-668X

Abstract. The article aims to define the role of “Markets” as a component of the entrepreneurial ecosystem, as well as to evaluate some indicators of this component in relation to the Republic of Moldova. The assessment was based on the results of a survey of entrepreneurs, carried out within the framework of the applied research project “Multidimensional assessment and development of the entrepreneurial ecosystem at the national and regional level in order to boost the SME sector in the Republic of Moldova” (2020-2023) in the period of June-October, 2022. For the “Markets” component, a survey of entrepreneurs showed a slight excess of negative estimates over positive ones.

The market opportunities of enterprises are characterized by a fairly high level of competition in the domestic market, including from the informal sector, as well as a relatively high level of demand for goods/services in the domestic market. However, the practice of cooperation with other enterprises is still not sufficiently developed, in particular, cooperation between large enterprises and the SME sector is at a minimum level. The market access factor was assessed negatively by the majority of entrepreneurs, especially since access to both the CIS markets and the EU markets is particularly difficult at present.

Keywords: Markets; entrepreneurial ecosystem; Republic of Moldova.

Несмотря на то, что предпринимательской экосистема – относительно молодое понятие (термин «экосистема» в экономике получил распространение после публикации научной статьи James F. Moore в 1993 г. [3]), исследования по данной тематике получили достаточно широкое распространение в научной среде. Так, на начало 2023 года, предпринимательская экосистема («entrepreneurial ecosystem») стала объектом исследования 15203 научных публикаций, содержащихся в базе данных Springer (издательства Springer-Verlag и Physica) [5], 11249 научных публикаций международной базы данных научного цитирования ScienceDirect (издательства Elsevier) [4], и др.

Термин «предпринимательская экосистема» объединяет предпринимателей и все элементы среды, взаимодействующие для развития предпринимательства и обеспечения экономического роста. Предпринимательские экосистемы с доступными рынками важны для содействия росту бизнеса в регионе.

Различные исследователи предполагают включение в понятие предпринимательской экосистемы различных компонентов, а также различные методики ее оценки. Например, популярная модель предпринимательской экосистемы Даниеля Айзенберга (Daniel Isenberg) состоит из шести ключевых компонентов: Политика; Финансы; Культура; Инфраструктура поддержки; Человеческий капитал и Рынки [2]. Домен «Рынки» в схеме Айзенберга включают такие элементы, как наличие «первичных потребителей/ клиентов», помогающих оценить продукт и уровень обслуживания, а также предпринимательские сети и диаспору. Оценка предпринимательской системы, по Айзенбергу, должна производиться на основе экспертной оценки показателей.

К.Барраца (Carlos Barraza) характеризует домен «Рынки» в составе предпринимательской экосистемы через наличие достаточного числа клиентов/потребителей, готовых платить за продукты и услуги компаний. По его мнению, компонентами рынка являются внутренний и внешний рынок, малый, средний и крупный бизнес в качестве клиентов, а также государственные закупки [1].

В соответствии со схемой предпринимательской экосистемы, предложенной Эриком Стамом (Erik Stam), спрос на внутреннем рынке является одним из элементов предпринимательской экосистемы, формирующим рамочные условия (framework conditions) ее функционирования. В то же время, сети предприятий (networks) являются частью системных условий (systemic conditions) предпринимательской экосистемы. Для их измерения Стам предлагает использовать такие показатели, как процент фирм, сотрудничающих с целью разработки и внедрения инноваций [6].

Оценка предпринимательских экосистем может способствовать достижению двух целей. В первую очередь, такой анализ помогает определить сущность и характеристики предпринимательской экосистемы в определенном регионе или стране. Кроме того, результаты оценки предпринимательской экосистемы позволяют выявить способствующие и препятствующие факторы для развития предпринимательства. Данные, полученные в ходе оценки, могут послужить хорошей основой для пересмотра нормативно-правовой базы, регулирующей предпринимательство.

В рамках прикладного научного проекта «Evaluarea multidimensională și dezvoltarea ecosistemului antreprenorial la nivel național și regional în vederea impulsării sectorului IMM în

Republica Moldova» («Многоаспектная оценка и развитие экосистемы предпринимательства на национальном и региональном уровнях в интересах стимулирования сектора МСП Республики Молдова»), реализуемого в Национальном Институте Экономических Исследований Молдовы, в июне-октябре 2022 г. был проведен опрос предпринимателей с целью оценки факторов предпринимательской экосистемы, в том числе по каждому из составляющих ее компонентов. Всего в опросе участвовало 204 предприятий из 25 районов Республики Молдова. Основные характеристики выборки представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Характеристика выборки

| Показатель | Значения | Доля, % |
|------------------------------------|----------------------------|---------|
| <i>Характеристики респондентов</i> | | |
| Пол | Мужской | 40,2 |
| | Женский | 59,8 |
| Возраст | 25-34 лет | 24,6 |
| | 35-44 лет | 31,5 |
| | 45-54 лет | 19,2 |
| | 55-64 лет | 20,2 |
| | >64 лет | 4,4 |
| Уровень образования | Гимназия/лицей | 2,5 |
| | Среднее | 7,8 |
| | Высшее | 89,7 |
| <i>Характеристики предприятий</i> | | |
| Размер | Микро (1-9 чел.) | 66,7 |
| | Малое (10-49 чел.) | 25,0 |
| | Среднее (50-249 чел.) | 5,9 |
| | Крупное (250 и более чел.) | 2,5 |
| Вид деятельности | Сельское хозяйство | 10,9 |
| | Промышленность | 15,4 |
| | Торговля | 25,4 |
| | Услуги | 45,8 |
| | Строительство | 2,5 |
| Зона расположения | Городская местность | 73,0 |
| | Сельская местность | 27,0 |
| Срок существования предприятия | <1 года | 1,5 |
| | 1-2 года | 10,3 |
| | 3-5 лет | 19,1 |
| | >=6 лет | 69,1 |

Источник: разработано автором.

В рамках опроса предпринимателям предлагалось оценить по 5-балльной шкале каждый показатель компонента Рынки, от «1» (наиболее негативное значение) до «5» (наиболее позитивное значение).

Характеризуя возможности рынка в Молдове, предприниматели наиболее высоко оценили уровень конкуренции на внутреннем рынке (61,1% респондентов поставили максимальную оценку 5 или 4; средняя оценка 3,74) (График 1). В то время как для отдельных предпринимателей высокий уровень конкуренции на внутреннем рынке может рассматриваться как препятствие, вызов для развития бизнеса, с точки зрения развития экосистемы это, безусловно, является залогом успешного развития предпринимательства в регионе и экономики в целом. Характерной чертой рынка Республики Молдова, по мнению предпринимателей, является достаточно высокий уровень конкуренции со стороны неформального сектора, частично представленного теневой экономикой.

Уровень спроса на внутреннем рынке также оценен достаточно высоко предпринимателями: 12,9% респондентов поставили максимальную оценку, 38,8% - оценку «4», средняя оценка 3,5. Соответственно, предприниматели видят существование

возможности замены поставщиков/ клиентов, хотя оценка данного показателя наиболее близка к средней (3,06).

К сожалению, связи между предприятиями, практики сотрудничества недостаточно развиты в предпринимательской экосистеме Молдовы. Так, по показателю сотрудничества с предприятиями-конкурентами преобладают негативные оценки: 55,0% опрошенных предпринимателей поставили оценку «1» или «2»; средняя оценка 2,46. Сотрудничество крупных предприятий и МСП, по мнению предпринимателей, наименее развито в Молдове (64,1% негативных оценок, средняя оценка 2,29), хотя потенциал для эффективного взаимодействия предприятий различных размеров существует в сферах производства, сбыта, доступа к финансам, подготовки и консультирования персонала и др. (График 1).

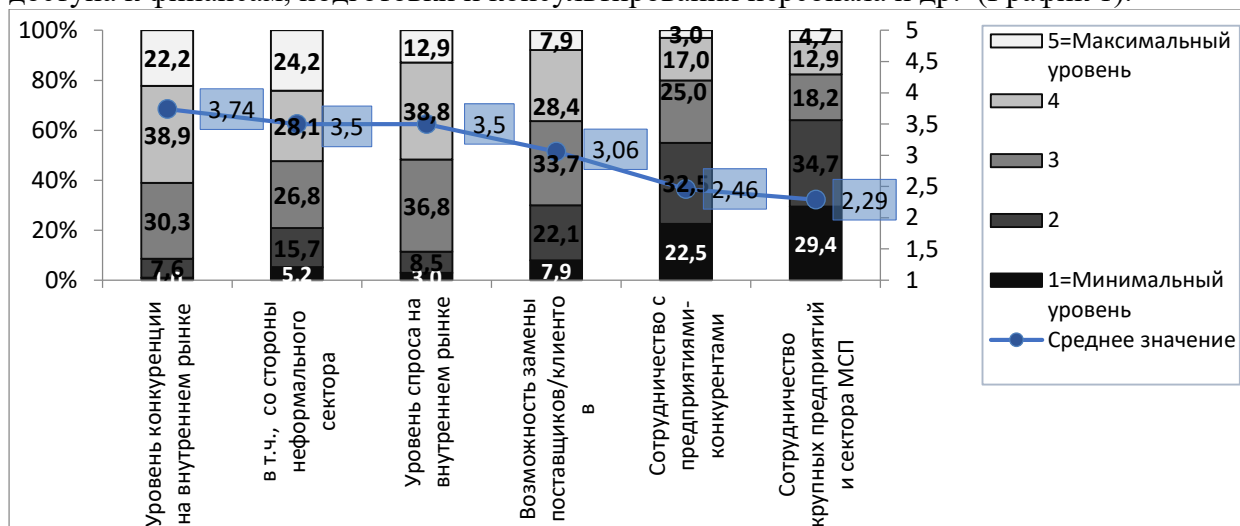


График 1. Оценка показателей, характеризующих рыночные возможности предприятия.
Источник: разработано автором на основе опроса предпринимателей.

Доступ молдавских предприятий к внешним рынкам сбыта достаточно ограничен.

По мнению предпринимателей, в настоящее время наиболее затруднен доступ к рынкам стран СНГ (71,9% респондентов оценили данный показатель на «1» или «2», средняя оценка 1,94) (График 2). Главной причиной может служить военный конфликт в регионе, а также выраженного проевропейского курса страны.

Также 59,2% опрошенных предпринимателей считают сложным доступ к рынкам Европейского Союза (средняя оценка 2,24).

Доступ к государственным закупкам со стороны предприятий, особенно относящихся к сектору МСП, значительно затруднен (по мнению 57,8% респондентов, средняя оценка 2,31). Государству необходимо создавать возможности для участия в тендерах максимально широкого круга потенциальных претендентов, включая малые и средние предприятия.

По показателю доступности информации о рынках сбыта, негативные оценки предпринимателей превышают позитивные (45,4% по сравнению с 23,5%; средняя оценка 2,66). При этом почти треть респондентов (31,0%) оценили данный показатель нейтрально (График 2).

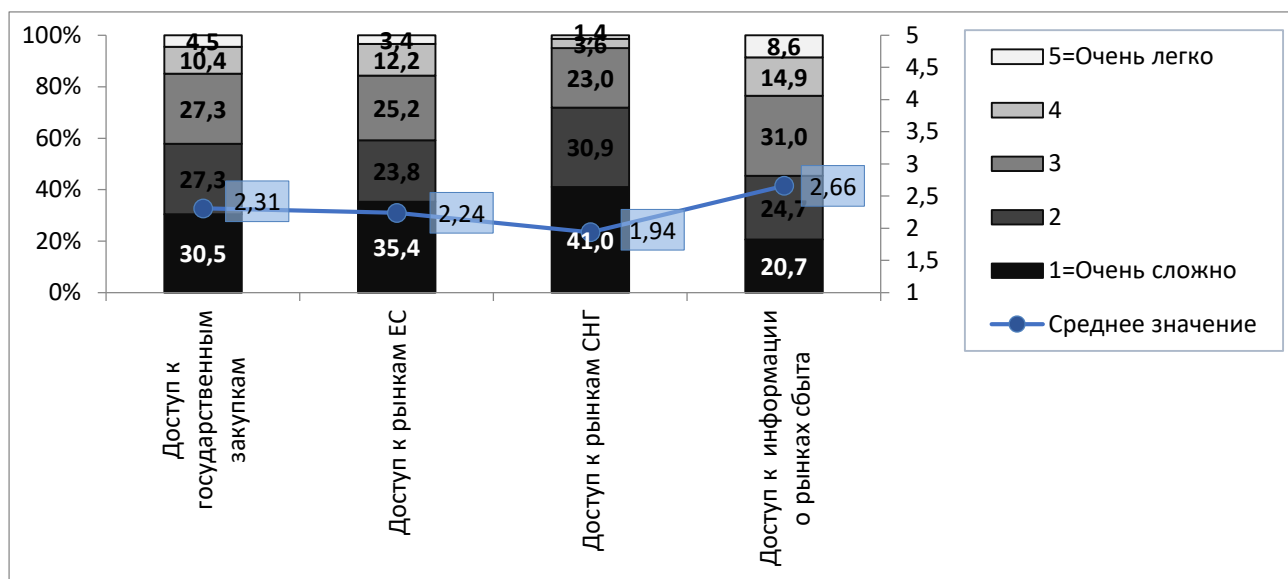


График 2. Оценка показателей, характеризующих доступ предприятий к рынками сбыта.

Источник: разработано автором на основе опроса предпринимателей.

Таким образом, рынки являются одним из основных компонентов предпринимательской экосистемы.

Оценка данного компонента в Республике Молдова, осуществленная на основе опроса предпринимателей, показал превышение отрицательных оценок над положительными.

Рыночные возможности предприятий характеризуются достаточно высоким уровнем конкуренции на внутреннем рынке, в том числе со стороны неформального сектора, а также относительно высоким уровнем спроса на товары/услуги на внутреннем рынке.

Однако практика сотрудничества с другими предприятиями еще недостаточно развита, в частности, сотрудничество между крупными предприятиями и сектором МСП находится на минимальном уровне.

Фактор, связанный с доступом к рынкам, был оценен большинством предпринимателей негативно, тем более что в настоящее время особенно затруднен доступ как на рынки СНГ, так и на рынки ЕС.

Примечание: Данная статья подготовлена в рамках проекта 20.80009.0807.38 "Evaluarea multidimensională și dezvoltarea ecosistemului antreprenorial la nivel național și regional în vederea impulsivării sectorului IMM în Republica Moldova", финансируемого из государственного бюджета Республики Молдова.

Библиография:

1. Barraza, C. (2018). What is an entrepreneurial ecosystem? October 1, 2018, Online: <https://barrazacarlos.com/what-is-entrepreneurial-ecosystem/>
2. Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. *The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*. Online: <http://www.innovationamerica.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf>
3. Moore, J.F. (1993). Predators and prey: A new ecology of competition. In: *Harvard Business Review*, vol. 71, nr. 3, May-June 1993. Pp. 75–86.
4. Science Direct (2023). Advanced search "Entrepreneurial Ecosystem". Online: <https://www.sciencedirect.com/search?q=entrepreneurial%20ecosystem>
5. Springer Link (2023). Results for 'entrepreneurial ecosystem'. Online: <https://link.springer.com/search?query=entrepreneurial+ecosystem>



6. Stam, E. (2018). Measuring Entrepreneurial Ecosystems. In: *Annual Conference of the European Entrepreneurial Regions 2018, Roundtable on Mapping regional and local entrepreneurial ecosystems*. Online: https://cor.europa.eu/Documents/Migrated/Events/Erik-Stam_Measuring-Entrepreneurial-Ecosystems.pdf