

## АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПОРТАЛОВ ДЛЯ БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Ю. П. Заремская, Е. В. Гиленко*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
Санкт-Петербург*

В связи с развитием интернет-технологий и растущими требованиями, ожиданиями пользователей к качеству, скорости и удобству государственных информационных сервисов, государственные интернет-порталы для бизнеса заняли важную роль в коммуникации между бизнесом и властью. Цель данного исследования - оценить содержание государственных информационных порталов и посмотреть связь между содержанием и количеством МСП в регионе. Исследование показало, что содержание государственных порталов не в полной мере отражает особенности и затруднения хозяйственной жизни частного сектора экономики. В данном исследовании проведен качественный анализ государственных порталов для бизнеса в регионах Российской Федерации – лидерах по количеству предприятий малого и среднего бизнеса в своих федеральных округах. Количество МСП взято как индикатор, отражающий результативность, востребованность и необходимость государственных порталов для бизнеса. Содержание порталов проанализировано на наличие основных 20 рубрик. Данный перечень основан на опорном исследовании государственных порталов, проведенном в США на базе 51 портала 50 штатов и г. Вашингтона. Перечень опорного исследования был дополнен двумя рубриками. Результаты исследования показали, что содержание порталов разных регионов различно и степень наполнения содержанием по рубрике тоже различна. Лидером по содержанию стала Свердловская область. Связь между содержанием портала и количеством МСП подтвердилась у города Москвы. Заложены направления дальнейших исследований для более глубокой проработки государственных порталов для бизнеса как объекта исследования.

**Ключевые слова:** государственный портал для бизнеса, государственные услуги для бизнеса, качественные характеристики порталов, удовлетворенность пользователей

## ANALYSIS OF STATE PORTALS FOR BUSINESS IN RUSSIAN FEDERATION

*Y. P. Zaremskaya, E. V. Gilenko*

*Saint Petersburg State University  
Saint Petersburg*

Due to the development of Internet technologies and the growing requirements, user expectations for the quality, speed and convenience of public information services, public Internet portals for business have taken an important role in communication between business and government. The purpose of this study is to evaluate the content of public information portals and to see the relationship between the content and the number of SMEs in the region. The study showed that the content of state portals does not fully reflect the features and difficulties of the economic life of the private sector of the economy. This study carried out a qualitative analysis of state portals for business in the regions of the Russian Federation - the leaders in terms of the number of small and medium-sized businesses in their federal districts. The number of SMEs is taken as an indicator reflecting the effectiveness, relevance and necessity of government portals for business. The content of the portals was analyzed for the presence of the main 20 headings. This list is based on a US government portal benchmark study of 51 government portals in 50 states and the city of Washington. The list of the pivotal study was supplemented by two headings. The results of the study showed that the content of portals in different regions is different and the degree of content filling by rubricator is also different. The leader in terms of content was the Sverdlovsk region. The connection between the content of the portal and the number of SMEs was confirmed in the city of Moscow. The directions for the further research are in a deeper studying of state portals for business as an object of study.

**Keywords:** E-government-to-Business (G2B) services, quality characteristics, user satisfaction, G2B portal

Информация играет ключевую роль в конкурентоспособности бизнеса. Качество информации определяется её актуальностью, скоростью передачи, полнотой, каналом, и авторитетностью источника. У бизнеса высокая потребность в своевременной, актуальной и релевантной информации. Интернет-портал – это удобный инструмент для предоставления информационных сервисов органов исполнительной власти (далее - ОИВ). Движущими силами, подталкивающими использовать и развивать этот инструмент являются:

- развитие интернет-технологий;
- растущие ожидания пользователей в отношении содержания и скорости предоставления информации.

В регионах РФ созданы государственные информационные порталы для бизнеса. Порталы создаются для бизнеса, действующих и потенциальных инвесторов, отраслевые порталы, малого и среднего предпринимательства (далее – МСП), для социально-ориентированного бизнеса.

Развитие МСП в РФ является стратегической целью. Это подтверждают национальный проект, программы поддержки, гранты, субсидии, образовательные программы, обширная информационная поддержка МСП от разных ОИВ. Министерство экономического развития РФ курирует это направление. Основание для создания региональных ОИВ портала является федеральный закон №209-ФЗ от 24.07.2007 «О развитии малого и среднего предпринимательства в России». Во многих регионах есть интернет-порталы для МСП этих регионов. Эти порталы различаются по содержанию, удобству пользования, результативности.

В этой работе мы проанализировали содержание региональных государственных порталов для МСП. Цель данного исследования - оценить содержание государственных информационных порталов и посмотреть связь между содержанием и количеством МСП в регионе. Объект исследования - официальные порталы регионов РФ для МСП. Опорным исследованием было выбрано исследование по оценке 51 G2B (Government to Business) портала 50 штатов США и г. Вашингтона, проведенное в 2006 году и опубликованное в журнале Issue of Information Systems в 2007 г. Данное исследование выбрано в качестве опорного в связи с тем, что охватывает все штаты страны и наиболее полный ряд потенциальных затруднений для бизнеса; проведено в стране, входящей в десятку стран лидеров согласно рейтингу «Ease of Doing business». Основа данного исследования актуальна на сегодняшний день.

Генеральная совокупность составляет 89 сайтов 89 регионов РФ, входящих в состав 8 федеральных округов (без учёта новых присоединенных территорий). Выборка – 8 порталов 8 регионов – лидеров по количеству МСП в своем федеральном округе: города Москва и Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Новосибирская и Свердловская области, Краснодарский, Приморский и Ставропольский края (таблица 1, рис. 1).

**Таблица 1.** Исследуемые регионы

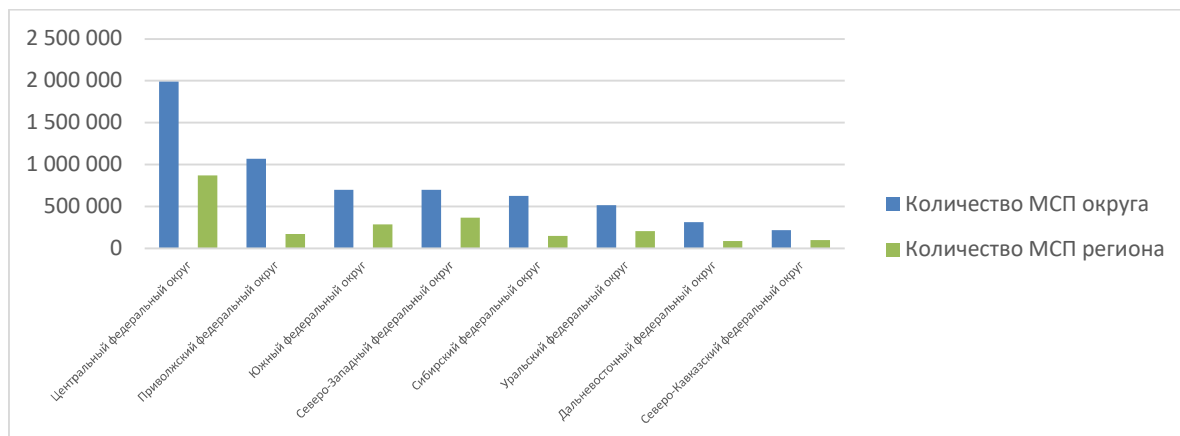
Наименование федерального округа	Кол-во МСП округа, ед.	Регион РФ	Кол-во МСП региона, ед.	Доля МСП региона в округе, в %	Сайт государственного портала для бизнеса
Центральный федеральный округ	1,990,290	Москва	868,004	44	<a href="https://mbm.mos.ru/">https://mbm.mos.ru/</a>
Приволжский федеральный округ	1,066,805	Республика Татарстан	169,898	52	<a href="https://fond-msp.ru/">https://fond-msp.ru/</a>
Южный федеральный округ	697,980	Краснодарский край	286,548	41	<a href="https://moibiz93.ru/">https://moibiz93.ru/</a>
Северо-Западный федеральный округ	696,007	Санкт-Петербург	365,004	44	<a href="https://fppsk26.ru/">https://fppsk26.ru/</a>
Сибирский федеральный округ	624,831	Новосибирская область	147,301	16	<a href="https://fprt.ru/">https://fprt.ru/</a>
Уральский федеральный округ	513,929	Свердловская область	205,140	40	<a href="https://66msp.ru/">https://66msp.ru/</a>
Дальневосточный федеральный округ	313,067	Приморский край	86,304	24	<a href="https://msp.nso.ru/">https://msp.nso.ru/</a>
Северо-Кавказский федеральный округ	216,894	Ставропольский край	95,832	28	<a href="https://xn--25-9kcqjffxf3b.xn--p1ai/">https://xn--25-9kcqjffxf3b.xn--p1ai/</a>

Было проверено содержание сайтов по рубрике, предложенному в опорном исследовании (1–18) и дополнено двумя рубриками по методологии данного исследования (19–20). Полученные результаты сопоставили с деловой активностью в регионе, выраженному в общем количестве МСП в регионе и количеством МСП в расчёте на 1000 жителей из общей численности населения.

В рубрикатор вошли следующие разделы:

- Бизнес-лицензии, разрешения и правила;
- Бизнес-налоги и отчетность;
- Ведение бизнеса с государством (контракты);
- Информация о занятости и рабочей силе;
- Как начать новый бизнес;
- Государственные учреждения или агентства для бизнеса;
- Сельское хозяйство и фермерский бизнес;
- Как финансировать бизнес;

- Государственные экологические требования;
- Информация и помощь для малого бизнеса;
- Государственные налоговые льготы и формы заявлений;
- Бизнес-факты и цифры региона;
- Помогая бизнесу добиться успеха;
- Предприятия, принадлежащие меньшинствам и женщинам;
- Возможности для бизнеса;
- Некоммерческие организации;
- Руководство владельцу бизнеса для правительства региона;
- Как подавать жалобы;
- Онлайн обращение;
- Календарь деловых событий региона;
- Ведение бизнеса с государством (контракты).



**Рис. 1.** Количество МСП в городах исследуемых порталов и в соответствующих федеральных округах

После обобщения результатов мы сформировали перечень рубрик на российских порталах и присвоили рейтинг всем рубрикам на основе представленности от наиболее к наименее представленным.

В результате исследования пять наиболее представленных и востребованных раздела на американских государственных порталах и на порталах РФ оказались различными (таблицы 2 и 3).

**Таблица 2.** Первая пятерка наиболее востребованных рубрик на государственных порталах США

Рубрика	Ранжирование	Представленность (%)
Бизнес-лицензии, разрешения и правила	1	92
Бизнес-налоги и отчетность	2	92
Ведение бизнеса с государством (контракты)	3	90
Информация о занятости и рабочей силе	4	84
Как начать новый бизнес	5	80

Сравнительный анализ показал одно совпадение с разделом в рубрикаторе «Как начать новый бизнес».

**Таблица 3.** Первая пятерка наиболее востребованных рубрик на государственных порталах РФ

Рубрика	Ранжирование	Представленность (%)
Государственные учреждения или агентства для бизнеса	1	88
Как финансировать бизнес	2	88
Информация и помощь для малого бизнеса	3	88
Помогая бизнесу добиться успеха	4	63
Как начать новый бизнес	5	63

Мы пришли к выводу, что порталы РФ в первую очередь стремятся информировать малый и средний бизнес о мерах государственной поддержки. Информационная поддержка самостоятельных шагов предпринимателей и шаблонные дорожные карты в различных сценариях на российских порталах не предложены. Это значит, что запросы бизнеса не анализируются, следовательно, не учитываются в разработке информационной стратегии и программы.

После первых пяти наиболее распространенных рубрик на российских государственных порталах для бизнеса, следуют рубрики, представленные мало и не представленные вообще (таблица 4).

**Таблица 4.** Перечень рубрик в соответствии со степенью представленности на государственных порталах для бизнеса

Рубрика	Представленность (%)
Государственные учреждения или агентства для бизнеса	88
Как финансировать бизнес	88
Информация и помощь для малого бизнеса	88
Как начать новый бизнес	63
Помогая бизнесу добиться успеха	63
Онлайн обращение	63
Календарь деловых событий региона	50
Бизнес-лицензии, разрешения и правила	38
Возможности для бизнеса	38
Ведение бизнеса с государством (контракты)	25
Государственные налоговые льготы и формы заявлений	25
Некоммерческие организации	25
Как подавать жалобы	25
Бизнес-налоги и отчетность	13
Информация о занятости и рабочей силе	13
Сельское хозяйство и фермерский бизнес	13
Предприятия, принадлежащие меньшинствам и женщинам	13
Государственные экологические требования	0
Бизнес-факты и цифры региона	0
Руководство владельцу бизнеса для правительства региона	0

Так, 50% порталов не имеет информации о предстоящих деловых событиях в регионе, тем самым снижая вероятность для бизнеса заметить значимое деловое событие, имеющее перспективы для развития.

Менее 40% имеют на портале информацию о требованиях к лицензированию и разрешительных документах, процедурах получения. В минимальном варианте это можно реализовать через перекрестные ссылки на порталы узкоспециализированных ведомств.

Менее четверти порталов содержат информацию о процедурах ведения бизнеса с государством, налоговых льготах. У четверти порталов представлена информация о руководящих процедурах при оформлении разного рода жалоб. Государство - привлекательный надежный заказчик, с гарантированным платежеспособным спросом. Не раскрывая процедур взаимодействия с государством, не адаптируя их в простые руководства, государство лишает бизнес, не знакомый со спецификой, участвовать в государственных закупках. Что делает процесс закупок менее конкурентным.

У 87% порталов отсутствуют рубрики о налогах и отчетности, информации о рабочей силе, информации для аграрных и фермерских бизнесов, о льготах и помощи для бизнесов, созданных нуждающимися в поддержке гражданами. Информация о рабочей силе на местном рынке труда поможет бизнесу сокращать и предотвращать кадровый голод, избегать простоев, своевременно находя персонал. Сельское хозяйство не представлено даже в регионах, где сельское хозяйство является отраслевым профилем.

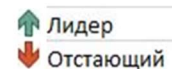
Рубрика с нулевой представленностью - государственные экологические требования. Кроме требований бизнесу необходимы руководства к действию. Не имея сведений об экологической обстановке в регионе целиком, бизнес будет обходиться минимально допустимыми формальными мерами. У государства ключевая роль в вовлечении бизнеса в экологическую повестку.

Не представлена рубрика о бизнес-фактах и цифрах региона. Упущение этой рубрики лишает участников экономики сведений, позволяющих формировать устойчивый бизнес. Это способствует упущению, недопроизводству или перепроизводству, следовательно, исключает эффективное использование ограниченных ресурсов с целью удовлетворения общественных потребностей. В развитых цифровизированных средах государства давно делятся доступной информацией, которая позволяет осуществлять частному сектору точное планирование. Эта простая мера приведет к сбалансированности региональной экономики.

К непредставленным относится рубрика – руководство для собственников бизнеса (инвесторов в регион) по взаимодействию с государственными органами. Речь идёт о взаимодействии двух стейкхолдеров, учёт интересов которых должен учитываться с обеих сторон. И чем лучше это взаимодействие регламентировано, тем более удовлетворенной будет чувствовать себя каждая сторона интересов.

Таблица 5. Результат исследования

Наименование субъекта РФ	Общий зачет	МСП на 1000 чел.	Число субъектов МСП
г. Москва	↑ 12	↑ 69	↑ 868 004
г. Санкт-Петербург	↓ 3	↑ 68	→ 365 004
Новосибирская область	→ 8	→ 53	↓ 286 548
Краснодарский край	↓ 6	→ 50	↓ 95 832
Свердловская область	↑ 14	→ 48	↓ 169 898
Приморский край	→ 8	→ 46	↓ 205 140
Республика Татарстан	→ 7	↓ 44	↓ 147 301
Ставропольский край	→ 7	↓ 34	↓ 86 304



В результате после сравнения информационного содержания государственных порталов, мы получили распределение (таблица 5), в котором наиболее проработанный, направленный на максимальное количество групп пользователей и их потребностей, оказался сайт Свердловской области. С небольшим отставанием следует портал г. Москвы. Наиболее кратким в содержании оказался портал города Санкт-Петербурга.

При сопоставлении полученного результата по качеству информации на портале с количеством МСП в регионе и количеством МСП на тысячу жителей, мы обнаружили, что связь подтверждается только у города Москвы. У Свердловской области плотность МСП отличается в меньшую сторону от среднего показателя по выборке на 8% и от максимального количества по выборке на 30%. Санкт-Петербург, отставая от лидера по количеству МСП на тысячу человек, на 2%, превосходит средний показатель по выборке на 31%. Что позволяет предположить, что бизнес сообщество испытывает большую неудовлетворенность в авторитетной своевременной информации, которая поможет компаниям быть или стать более конкурентоспособными.

Для более глубокого анализа государственных информационных порталов услуг мы планируем проанализировать порталы 89 субъектов РФ; выявить пробелы в содержании, оценить удобство пользования и удовлетворенность пользователей. Зафиксировать количество информационных каналов с дублирующей информацией для дальнейшей оптимизации и интеграции каналов.

Рекомендации:

- информационный портал для бизнеса должен быть;
- информация для бизнеса должна отражать региональные особенности хозяйственной жизни;
- портал для бизнеса должен предполагать коммуникацию с пользователями;
- ключевые показатели эффективности портала должны быть завязаны на сокращение административных и транзакционных затрат бизнеса, на максимальную удовлетворенность использованием портала;
- тематический рубрикатор государственных порталов для бизнеса должен охватывать предложенный в исследовании спектр и более, в зависимости от специфики региональной экономики;
- в каждом регионе необходимо добиться максимальной интеграции информационных каналов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Wirtz B. W. Digital Government: Strategy, Government Models and Technology. Springer Texts in Business and Economics. Cham: Springer, 2022. 512 p. DOI: 10.1007/978-3-031-13086-1.
2. Lukings M., Lashkari A. H. Digital Governance // Understanding Cybersecurity Law in Data Sovereignty and Digital Governance. Progress in IS. Cham: Springer, 2022. P. 39-83. DOI: 10.1007/978-3-031-14264-2\_2.
3. Webb G. K. Analysis of web pages and metrics related to global environmental management // Issues in Information Systems. 2007. Vol. 8. No. 2. P. 7-13. DOI: 10.48009/2\_iis\_2007\_7-13.
4. Wang X., Men Z., Ge H., Feng Y. The Construction of Service Quality Assessment System in G2B E-Government Market: A Case Study in China // LISS 2012 / Zhang Z., Zhang R., Zhang J. (eds). Berlin, Heidelberg: Springer, 2013. P. 717-722. DOI: 10.1007/978-3-642-32054-5\_100.
5. Zhao J., Truell A., Alexander M., Davis R. E-Government-to-Business service quality and user satisfaction assessment of the U.S. state G2B portals // Issues in Information Systems. 2007. Vol. 8. No. 2. P. 140-145 DOI: 10.48009/2\_iis\_2007\_140-145.