

УДК 334.72:316.334.23

Волкова О.П., старший преподаватель
Белгородский государственный университет

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕГИОНЕ (по данным социологических опросов)

В результате социологического опроса и проведенного нами анализа были выделены следующие наиболее значимыми факторы препятствующие развитию малого предпринимательства: рассмотрение масштабов малого предпринимательства, установление использования факторов его развития, Мотивация малого предпринимательства, совершенствование малого предпринимательства, развитие организационных структур, социальное оздоровление, повышение социальной ответственности, повышение культуры предпринимательства, повышение общественного признания предпринимательства, оптимизация взаимоотношений с властными структурами, совершенствование социально-трудовых отношений, обеспечение социальной защищенности, повышение восприимчивости к инновациям

Рассматривая проблему распространения малого предпринимательства в Белгородской области, целенаправленного использования факторов его развития, обратимся к результатам социологического исследования, проведенного департаментом экономического развития области правительства. Целью исследования являлось изучение мнения предпринимателей о состоянии малого бизнеса в области и перспективах его развития

В исследовании участвовали 483 субъекта малого бизнеса. Из них 40 % – предприятия и частные предприниматели, занимающиеся торговлей и общественным питанием, 32 % – оказывающие услуги населению, 15% – работающие в сфере промышленного производства, строительстве и на транспорте

О динамичном развитии своего предприятия заявили 39 % участников мониторинга, стабильном – 38 %, занимаются поддержкой бизнеса – 21 %, планируют закрытие – 1,4 %. Около 14 % бизнесменов считают финансовое состояние своего бизнеса «хорошим», 75% оценивают его на «удовлетворительно» и 11 % – «неудовлетворительно».

Среди факторов, препятствующих реализации целей предприятия, 31 % опрошенных отмечают низкую платежеспособность потребителей, 40 % называют дефицит финансовых средств на развитие бизнеса и высокую конкуренцию, 13 % видят причину в высокой налоговой нагрузке.

В ходе исследования изучались и правовые условия деятельности субъектов малого бизнеса. Согласно полученным данным, на этапе организации бизнеса не возникало проблем у 64 % субъектов малого бизнеса, 10 % опрошенных указали на высокие затраты, более 7% отметили бюрократизм чиновников

В числе наиболее часто посещающих малый бизнес контролирующих органов около 35 % предпринимателей назвали работников ор-

ганов санитарно-эпидемиологического контроля, около 30 % – специалистов налоговых органов, около 3 % указали на – органы пожарного надзора.

В целом предприниматели дали положительную оценку деятельности правительства области в сфере поддержки малого бизнеса. Мероприятия правительства области по организационной и финансово-кредитной поддержке малого бизнеса оценили на «хорошо» и «отлично» почти 66 % участников опроса.

Деятельность ведущих областных структур поддержки малого бизнеса – Белгородского областного фонда поддержки малого предпринимательства и ОГУ «Инновационно-технологический центр «Стратегическая инициатива» БелГУ – также находит поддержку у предпринимателей.

В результате опроса были выделены следующие факторы (по мере возрастания значимости):

1. Широта бизнес-интересов чиновников государственных и муниципальных органов власти.

2. Степень влияния чиновников из федеральных структур на местах (МВД, налоговая инспекция, СЭС и т.п.).

3. Количество структур, проверяющих и контролирующих малый бизнес в регионе сверх федеральных.

4. Степень использования административного влияния на малый и средний бизнес.

5. Степень толерантности (терпимости) чиновников к «неудобным» предпринимателям.

6. Простота оформления разрешительной документации;

7. Количество и аудитория местных СМИ, неподконтрольных органам власти (или оппозиционных им).

8. Наличие и тираж местных бизнес-изданий.

9. Предложение на рынке коммерческой недвижимости.

10. Динамика арендной платы.

11. Степень активности работы структур поддержки предпринимательства (ТПП, Советы, Фонды и т. п.).

12. Степень доступности финансовых ресурсов для предприятий малого и среднего бизнеса.

13. Выставочная деятельность.

14. Степень развития сферы профессиональных деловых услуг (консалтинговые, маркетинговые, тренинговые и т. п. компании).

15. Уровень доверия между предпринимателями и органами власти.

16. Уровень доверия между предпринимателями;

17. Практика выполнения контрагентами своих обязательств по договорам;

18. Условия для равной конкуренции.

Полагаем, что это еще не полный список факторов. С этим списком факторов нужно ещё работать, уточнять, дополнять, ранжировать фак

ры по степени значимости. А дальше дело за регулярным опросом владельцев и директоров предприятий малого и среднего бизнеса с освещением его результатов в местной прессе. Может быть, результаты мониторинга не очень понравятся представителям органов власти, но лучше иметь такую обратную связь, чем никакой. Может быть, полученная информация поможет им правильно расставить приоритеты при разработке очередных мер поддержки развития малого и среднего бизнеса, а последующие мониторинговые исследования по могут оценить эффективность этих мер.

В условиях ограниченности *материальных и финансовых ресурсов* важнейшим фактором активизации предпринимательской деятельности является *мотивация*

При исследовании мотивации малого предпринимательства нами выявлено число респондентов занимающихся бизнесом в зависимости от сферы их деятельности. На сельскохозяйственных и промышленных предприятиях ответы распределились следующим образом: 34,4% работников сельскохозяйственных предприятий ответили положительно, 43,3% – отрицательно, 11,1% затруднились ответить; среди работников промышленных предприятий положительно ответили 31,2%, отрицательно – 29,0% и 32,2% – затруднились ответить.

Благоприятными сферами малой предпринимательской деятельности, по мнению опрошенных респондентов, являются: торговля – на это указали 65,5% опрошенных; транспортные услуги – 18,4%; строительство – 21,6%; медицинские услуги – 9,7%; общественное питание – 12,3%; бытовое обслуживание – 10,8%; туризм – 8,9%; сельское хозяйство 15,5%; производство – 33,1%. Основу шкалы мотивации малого предпринимательства, составляет материальный интерес, потребность в безопасности, желание повысить статус, стремление к повышению социальной роли и самовыражению. В процессе трудовой мотивации используются разнообразные и многообразные стимулирующие факторы: участие в делах фирмы (на это указали 12,3% опрошенных); безопасность труда (11,9%), личное признание (11,7%), публичное признание (7,4%), похвала (29%), критика (9,7%), продвижение по службе (17,9%) Среди наиболее важных факторов мотивации работающих в сфере малого бизнеса следует выделить: оценки усилий по работе; обозначение целей и задач; позитивную систему вознаграждений; дополнительную ответственность.

Совершенствование нормативно-правовой базы Социологические исследования показывают⁵, что сознание предпринимателей в сфере малого бизнеса претерпевает значительные изменения: формируется устойчивая потребность в стабильном законодательстве, регулирующем эту сферу деятельности. Предприниматели считают себя готовыми к участию в подготовке проектов законов, а на местном уровне – проектов постановлений, решений, распоряжений по проблемам предпринимательства. Так, из 500 опрошенных предпринимателей Белгородской

области 18,4 % участвовали в подготовке проектов законов, постановлений, решении, распоряжений по проблемам предпринимательства на уровне субъекта Российской Федерации. Данный показатель является достаточно высоким и отражает активную позицию государственных органов Белгородской области, которую они занимают, проявляя законодательную инициативу при разработке тех или иных законов, программ, мероприятий. Так, только 26% опрошенных предпринимателей отметили, что федеральные структуры, занимающиеся вопросами малого предпринимательства, целенаправленно работают над разработкой и совершенствованием местного законодательства о предпринимательской деятельности. В то же время 27% предпринимателей дали такой работе отрицательную оценку, а 47% затруднились оценить работу федеральных структур в данном направлении.

Формирование и развитие организационных структур Так половина опрошенных предпринимателей Белгородской области (49,8%) затруднилась оценить деятельность Регистрационной палаты Белгородской области, а также регионального объединения купцов и предпринимателей. Меньше четверти респондентов оценили их деятельность положительно. Аналогично респонденты оценивают деятельность Российской ассоциации развития малого и среднего бизнеса: 55,8% опрошенных молодых предпринимателей затруднились оценить деятельность данной ассоциации, а 21% – оценили ее в целом отрицательно. Отрицательно оценена деятельность объединений, агентств, фондов по поддержке малого и среднего бизнеса: соответственно 24,4% и 19,8% опрошенных молодых предпринимателей. Одновременно затруднились оценить их деятельность по развитию малого предпринимательства – 47,4 %.

Социальное оздоровления малого предпринимательства В этой связи показательны условия предпринимательства со стороны наших респондентов. Как благоприятные и обеспечивающие быстрое развитие малого предпринимательства оценили их 2,3 % экспертов, как относительно благоприятные -17%, как удовлетворительные, обеспечивающие медленный рост малого предпринимательства – 35%, как неблагоприятные, ведущие к сокращению количественных и качественных показателей развития малого предпринимательства – 25%. Особенно следует отметить, что условия для развития малого предпринимательства как чрезвычайно неблагоприятные, имеющие результатом антисоциальные тенденции в его развитии оценили 7% опрошенных, как крайне неудовлетворительные при росте криминализации в среде предпринимательства и хозяйственных нарушениях -11%³⁸. Около 24,7 экспертов – «предпринимателей» и 17,2% экспертов-специалистов, реализующих государственное социальное регулирование оценили социально-экономические условия как антисоциальные и крайне неблагоприятные, а с тем, что происходит рост хозяйственных нарушений согласились, только 5% спе-

циалистов региональных структур, занимающихся развитием и поддержкой малого предпринимательства.

Повышение социальной ответственности малого бизнеса. Многие собственники и управленцы осознают, что для успеха предпринимательства уже недостаточно производить качественные товары и услуги, обеспечивая при этом занятость населения. Необходимо системно и грамотно выстраивать отношения менеджмента с деловым сообществом, акционерами, СМИ, общественными группами, в первую очередь с профсоюзами.

Повышение культуры предпринимательства. Культура малого предпринимательства заключается в мастерстве исполнения предпринимательской деятельности¹. Она аккумулирует в себе правовые и моральные нормы, национальные традиции, духовное богатство применительно к особым формам деятельности и поведения человека в сфере производства, торговли, услуг, в управлении и социальном взаимодействии². Она выступает основой построения технологий развития предпринимательства, формирования подлинного хозяина земли, предприятия, страны³. Предприниматели стали более чувствительны к государственным проблемам. Более полно стали появляться их организаторские способности, несколько меньше стало проявлений непорядочности, неразборчивости в средствах значительно уменьшился показатель качества, стремление к легкой наживе, но вместе с тем проявляются и негативные тенденции: сравнительно меньше появляются качества энергичность, инициативность, сильнее стали проявляться бесжалостность и потребительское отношение к людям.

Повышение общественного престижа, репутации. Если объединить тех, кто ведет предпринимательскую деятельность, и тех, кто не занимается ею, но и не отвергает ее в принципе, пропредпринимательское большинство в российском обществе составляет на протяжении всех лет реформ не менее 2/3 населения. На сегодняшний день к числу противников предпринимательства отнесли себя свыше половины лиц пенсионного возраста, до половины тех, кто не занимался в последние годы повышением своего профессионального и образовательного уровня, более 40% лиц с относительно низкими доходами.

Организация взаимодействует с властными структурами. Деятельность органов власти связана, в частности, с формированием благоприятного предпринимательского климата. Для этого необходимо упростить регистрацию, сократить число контролирующих органов, уменьшить количество лицензируемых видов деятельности. В результате величина вклада в ВВП, по экспертным оценкам, повысится на 3-5%, объем инвестиций в основные фонды – на 8-10%.

Совершенствование социально – трудовых отношений. Почти треть опрошенных (31,5%) ответили, что никаких социальных услуг на предприятии не оказывают. В числе оказываемых услуг отметили: оплата больничных листов (на это указали 33,1% опрошенных), оплата проезда –

8,6% Респонденты опрашивались также о том, какие «социальные» расходы имеют место на предприятии. Получили следующие ответы (в %): заработная плата – 45,5; затраты на медицинское обслуживание работников – 10,0; доплаты и льготы – 6,0; доплаты на питание – 0,2; оплата проезда – 0,33; организация рабочего места – 17,9; расходы на приобретение спецодежды и инструмента – 20,1.

Почти половина опрошенных (47,6%) отметили, что в фирме проводятся беседы с целью выявления их удовлетворенности рабочими условиями, четвертая часть ответили «нет» и 27,1% – «иногда».

Третья часть опрошенных (32,9%) утвердительно ответили на вопрос о том, имеют ли на фирме (организации) социальную службу или работника с соответствующими обязанностями. Больше половины респондентов (55,1%) дали отрицательный ответ, 12% выбрали вариант ответа «другое». Примерно таким же образом распределились ответы респондентов на вопрос о том, проводится ли в организации анализ социального развития коллектива: да – 33,1%; нет – 57,7%; другое – 9,2%.

Многие из опрошенных руководителей малых предприятий стремятся обеспечить соответствие работников занимаемым ими должностям и рабочим местам, учитывая при этом их квалификацию (на что указали 75,8% опрошенных), возраст (9,6%), состояние здоровья (9,4%).

Три четверти руководителей заявили, что они стремятся равномерно загрузить работников в течение рабочего периода (дня, месяца).

На вопрос «использует ли фирма гибкие условия труда для своих сотрудников, включая частичную занятость?» 46% опрошенных ответили «да», 42,7% – «иногда» и более 11,2% – «нет». Судя по данным социологического опроса, более половины обследованных малых предприятий имеют план мероприятий по улучшению условий труда. Подавляющее большинство опрошенных работников малых предприятий (83%) заявило, что в их организациях следят за выполнением санитарно-гигиенических норм и требований производственной эстетики, 9,4% опрошенных ответили на соответствующий вопрос «иногда» и 7,6% – «нет».

Отвечая на вопрос о наличии в организации какой-либо социальной инфраструктуры, 23,6% опрошенных респондентов указали на организацию питания, 20,6% – на оплату коммунальных услуг, 28,4% – на оплату медицинских услуг, 27,4% – на внутрифирменные фонды социальной поддержки и пенсионного обеспечения.

Чуть больше половины опрошенных (52,7%) указали на то, что их устраивают психофизиологические условия труда (уровень шума, загрязненность воздуха, температура), 33,3% ответили «нет» и 14% затруднились ответить.

На вопрос о том, выполняются ли требования охраны труда на своем рабочем месте, 59,4% опрошенных ответили «да», 15,5% – «нет» и 25,1% затруднились ответить.

В ходе социологического исследования выяснялось также состояние социальной защищенности работников малых предприятий.

Оказалось, что 29,2% опрошенных *постоянно* обращаются к руководству своих организаций за помощью в решении социальных вопросов, 31,1% обращаются *иногда*. На вопрос «как часто вы бываете в отпуске?» две трети опрошенных (65,4%) ответили «раз в год», 12,4% – «чаще» и 22,2% – «реже». Чуть больше половины респондентов (52%) указали на то, что они *постоянно* получают доплату за сверхурочную работу, работу в выходные и праздничные дни, другие виды работ; каждый пятый из опрошенных получает *иногда* такие доплаты.

Отметим также, что 21% респондентов имеют *постоянно* какие-то льготы по заработной плате или выплаты социального характера; 12,8% работников *иногда* имеют такие выплаты.

Еще на один вопрос – «существует ли в организации система пенсионного обеспечения?» – 29,6% опрошенных ответили «да», 59,8% – «нет», 10,6% указали на «другое».

Повышение восприимчивости к инновациям.

Инновационная восприимчивость определяется направленностью интересов отдельных хозяйствующих субъектов на реализацию и практическое использование новшеств малого предпринимательства.

Она отражает меру внутренней потребности в обновлении производства и управления, на состояние инновационной восприимчивости большое воздействие оказывают ситуация на рынке и система государственного регулирования, включающая налоги, кредиты, государственные инвестиции.

В Белгородской области есть свои особенности, которые относятся к сдерживающим факторам развития малого предпринимательства:

1. Одной из особенностей Белгородской области, да и ряда других, является то, что все социальные, политические и экономические инициативы идут сверху вниз. Они облачаются в форму распоряжений и становятся обязательными для исполнения.

2. В процессе поддержки развития предпринимательства объективно присутствуют два начала: интересы власти и интересы бизнес-сообщества. Руководящая и направляющая роль безраздельно принадлежит первой. Создаются структуры поддержки предпринимательства, разрабатываются программы, выделяются ресурсы, но мало говорится о стратегических целях, новых технологиях, структурных сдвигах, конкурентоспособности региона.

3. У разработчиков программ поддержки малого и среднего бизнеса может быть недостаточно квалификации для того, чтобы самостоятельно правильно оценить ситуацию, сформулировать цели и предложить механизмы поддержки малого и среднего предпринимательства, которые были бы положительно оценены предпринимателями и принесли бы реальную пользу бизнесу и региону.

4. В основе организации работы в региональных органах власти до лежит жесткий бюрократический вертикальной управленческой структурой, где все коммуникации осуществляются преимущественно сверху вниз. В таких структурах больше всего ценятся лояльность, стабильность, определенность и контроль.

УДК 334.72:316.334.23

Волошин М.Ю., к.э.н., доцент

Белгородский государственный университет

Романенко Д.В., коммерческий директор

ЗАО «Белгородские цифровые магистрали»

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях развития нашей страны в настоящее время нужна кадровая политика, опирающаяся на стратегию и принципы рыночных отношений. Она должна осуществляться на федеральном, региональном, местном уровнях с учетом форм развития организаций основного звена управления народным хозяйством.

Кадровая политика организации – генеральное направление кадровой работы, совокупность принципов, методов, форм, организационного механизма по выработке целей и задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание квалифицированного и высокопроизводительного сплоченного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации.

Кадровая политика является частью политики организации и должна полностью соответствовать концепции ее развития.

Рассмотрим алгоритм формирования кадровой политики.

На первом этапе осуществляется формирование целей и задач кадровой политики.

Основной целью кадровой политики является полное использование квалификационного потенциала управленческого персонала. Эта цель достижима посредством предоставления каждому сотруднику работ согласно его способностям и квалификации.

Второй этап состоит из трех блоков

1. качественные требования к персоналу, которые определяются исходя из описания рабочего места служащего и описания требований к претенденту на должность,

2. количественные требования, которые связаны с определением потребности в персонале по должностям, квалификационным характеристикам и т.п.