

Проблемы и перспективы развития института предпринимательства г. Петрозаводска

А.А. Ключкова,

Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск

Реформы 90 гг. XX века послужили толчком к возникновению и интенсивному формированию института предпринимательства. Стали создаваться малые и средние предприятия, появилась такая социальная группа как предприниматели. Например, В. А. Морозов выделяет три пути формирования бизнес слоя в России в начале 90-х годов. Во-первых, это выходцы из номенклатурной среды, которые благодаря близости к государственному аппарату, присваивали государственную собственность. Во-вторых, выходцы из «теневой» сферы бизнеса. В-третьих, это инженеры, интеллигенция, которые в начале 90-х гг. встали во главе товариществ и т.п. [4]. В результате на феномен предпринимательства стали обращать внимания и социологи, так как появился новый объект исследования в отечественной эмпирической социологии, которого не было в советской социологии.

Исследователи, прежде всего, выделяют проблемы, с которыми сталкивается институт предпринимательства в своей повседневной практике. Нестабильность норм и правил, их постоянное изменение создают условия для их нарушения. Так, например, Радаев В.В, пишет: «участники рынка в основном помещают себя в промежуточную, серую (полулегальную) зону, которая находится в поле официальных норм, но одновременно связана с их частичным нарушением» [6].

Отношения бизнеса и власти остаются сложными. «Нарастает отстранение между гражданским обществом, властью и бизнесом...» [2]. Это, прежде всего, проблема бюрократии. Постоянные проверки, долгая процедура регистрации мешают институту предпринимательства развиваться. «Предприятия тратят на преодоление административных барьеров более 10 % валовой выручки» [5]. Также, исследователи отмечают следующие проблемы: несовершенство нормативно-правового обеспечения, противоречивость и несовершенство законодательства, слабые гарантии защиты частной собственности, недостаточная защита конкуренции на рынках товаров и услуг. Особой проблемой является налоговое законодательство. «Излишнее налоговое администрирование, неадекватное и неравномерное налогообложение субъектов предпринимательства, ... изменчивость и субъективизм системы налогообложения в целом, превращает ее в инструмент давления на предпринимателей» [3].

Таким образом, для решения проблем, возникающих между бизнесом и властью, необходим диалог между ними. Следует развивать законопроекты, регулирующие функционирование института предпринимательства, должно быть налажено взаимоотношения между бизнесом и властью. «Социальная политика государства и бизнеса должна быть основана на общих ценностях, а принимаемые решения на уровне политического консенсуса должны устраивать обе стороны» [1]. То есть необходимо сотрудничество между бизнесом и властью, преодоление жесткого противостояния двух сфер общества.

Итак, можно сделать вывод, что в России институт предпринимательства еще только формируется. На его становление влияет множество факторов. Функционирование бизнеса осложнено старыми нормами и правилами, сохранившимися после распада старой социально-экономической системы. Для преодоления хотя бы части проблем, мешающих развитию предпринимательства, необходимо длительное время, а также разработка и проведение исследований. Только изучение проблем предпринимательской деятельности и рациональная политика по этим вопросам способны скоординировать деятельность предпринимателя, государства и общества, тем самым создать возможности для дальнейшего развития института предпринимательства.

Феномен «предпринимательства» как массового, типичного явления характерен для рыночной экономики России и является ее основным элементом. Рыночное пространство республики Карелия является составной частью экономики Российской Федерации. Однако, предпринимательство в Карелии имеет и свои отличительные особенности. Главным образом, особенность Карелии состоит в том, что «это северный регион, занимающий приграничное положение и располагающий разнообразными природными ресурсами, использование которых составляет основу экономики региона» [7]. Региональные особенности не меняют характер предпринимательства и его развитие, имеющее общероссийскую специфику, но оказывает влияние на масштабы, скорость преобразований, на формы и способы ведения бизнеса.

Итак, объектом изучения пилотажного исследования является когорта предпринимателей г. Петрозаводска малого и среднего бизнеса.

Цель пилотажного исследования состоит в том, чтобы выявить особенности формирования и функционирования института предпринимательства в г. Петрозаводске. В связи с этим можно поставить следующие задачи. Во-первых, рассмотреть социально-демографические особенности предпринимателя и его мотивацию при открытии своего дела. Во-вторых, проанализировать повседневную деятельность института малого предпринимательства, а именно, с какими проблемами предприниматель сталкивается в ходе своей повседневной деятельности, и как институт предпринимательства взаимодействует с государственной и муниципальной властью.

Методы исследования, которые применялись в исследовании, это анкетирование и фокусированное интервью.

Анкетирование предприятий города Петрозаводска проводилось отделом исследования социально-экономических систем и их институциональных преобразований Института экономики КарНЦ РАН в 2007 году. В результате опроса было опрошено 44 руководителя предприятий. Также, в пилотажном исследовании будут использованы данные фокусированных интервью, которые проводились в марте – апреле 2009 года. В результате было получено десять интервью предпринимателей в возрасте от 25 до 55 лет.

В результате анализа данных анкетирования и проведенных интервью удалось выявить некоторые проблемы, с которыми сталкивается институт предпринимательства. Узнать мотивацию предпринимателей при открытии своего бизнеса, а также обнаружить оригинальные пути выхода из трудных ситуаций.

По данным интервью, проведенных в 2009 году большинство респондентов ответили, что имеют высшее образование или неоконченное высшее. И только один человек сказал, что не имеет высшего образования, а только среднее. Можно заключить, что высшее образование помогает человеку организовать и вести свой бизнес. Следует также отметить преобладание технических и экономических специальностей (строительство, лесное хозяйство, электроника, экономические специальности). Это можно объяснить тем, что среди предпринимателей преобладают мужчины, которых больше с техническими специальностями. Что касается гуманитарных факультетов, то только одна предпринимательница сказала, что по образованию она филолог. Существует некое разделение сфер деятельности в зависимости от пола предпринимателя. На это обращают внимание и российские ученые. Например, женщины занимаются предпринимательством в сфере торговли, швейного производства, изготовления сувениров. Мужчины же ведут бизнес в лесной отрасли, строительстве, электронике, перевозках и т.п.

Респонденты отмечают, что при создании бизнеса им, в принципе, никто не помогал, а если и помогали то это друзья, семья, а не официальные структуры. Помощь выражалась, главным образом, в моральной поддержке семьи, их понимании. («Мои родители поддерживали меня...», «была только моральная поддержка и одобрение. Ну, наверно, все-таки переживали, но в принципе помогали.» и т.п.). Респонденты также отметили большую роль друзей в создание бизнеса, а также наставников, которые имели свой бизнес. («Я обратится к старым товарищам, которые мне помогли. Это не была помощь со стороны государства, а со стороны друзей...», «..приятель мой имел достаточно большое предприятие, у него, печной центр «Х». То есть он каким-то образом подтолкнул, дал какой-то толчок...»). Такая помощь разнообразна: помощь в оформлении, ссуды, поиск помещений, партнерство.

Характерной чертой образа жизни предпринимателя является обучение, постоянный поиск информации, совершенствование, получение дополнительного образования. Прежде всего, это семинары, выставки, курсы. Некоторые предприниматели отметили президентскую программу управленческих кадров и говорили, что она помогла им в ведении бизнеса. («..бизнес, вот которым я начала заниматься предполагал различные обучения...», «Постоянно получаешь какие-то знания, встаешь в шесть утра и читаешь книгу, как лучше сделать эту модель, или ту, постоянно едешь на семинары и выставки...», «Я достаточно легко обучаемый человек. Если мне интересно чем-то заниматься, и я понятное дело изучаю этот вопрос, вникаю во все нюансы, и после этого появляется понимание в каких-то вопросах...»).

Что касается мотивов создания своего дела, то, по мнению 11 опрошенных предпринимателей в 2007 году в нашем обществе не сформировалось мотивация для частного бизнеса. Еще 10 респон-

дентов считают, что люди склоны обманывать друг друга. 17 руководителей предприятий считает, что недобросовестное поведение бизнеса на рынке связано с противоречивостью законов и подзаконных актов, которые мешают работе, но в то же время позволяют найти лазейки для нечестного бизнеса. Влияет на недобросовестное поведение некомпетентность руководства, постоянные проверки – 5 респондентов.

По данным интервью, прежде всего респонденты отмечают материальный фактор, однако, предприниматели отмечают, что извлечение прибыли является не столько мотивом, сколько целью. В то же время подталкивает к созданию бизнеса желание самореализации, узкие рамки предыдущей работы, желание независимости. Некоторые респонденты отметили, что на них повлияли друзья, предложив партнерство. («..потом сюда пришел, и вместе с другом и начал заниматься бизнесом, а так каких-то необходимостей в этом не было..»), «мне это не нравилось, да, что бьешься как баран об новые ворота, и я подумал, что если я займусь личным делом, то смогу большего добиться..»), «.. предложив своему руководству продвигать идеи под флагом их фирмы.., мы не нашли у них понимания, и работая наемными работниками, мы параллельно открыли свою фирму». Следует отметить, что многие из интервьюируемых на начальном этапе создания и развития своего дела, совмещали свою прежнюю работу и занятие бизнесом. Со слов предпринимателей можно объяснить такую особенность неуверенностью в успехе предприятия, а также, что на начальном этапе предприятие требует финансовых вложений, в то время как прибыль фактически отсутствует.

Институт предпринимательства также сталкивается с множеством проблем в своей повседневной деятельности. Следует, прежде всего, рассмотреть экономические проблемы, так как финансовая сторона жизни предприятий является базой для развития и дальнейшей деятельности малого бизнеса. По данным анкетирования в 2007 году основными экономическими проблемами были следующие: на первом месте нехватка собственных финансовых средств на развитие производства, на втором месте большие налоги, на третьем месте дорогие кредиты. Проблемами, которые, по данным анкетирования являются менее важными: трудности, связанные приобретением оборудования, сырья, комплектующих, транспортировкой, хранением, сбытом и реализации продукции.

Если в 2007 году респонденты отмечали, что существуют проблемы в сфере налогообложения, то по результатам интервью, наметились некоторые улучшения в налоговой сфере малого предпринимательства. Интервьюируемые отмечали, что вести бизнес стало проще из-за недавно принятой системы упрощенного налогообложения. Об этом нововведении говорят, что новая система намного легче и эффективнее и только один предприниматель сказал, что упрощенная система имеет недостатки, и его бизнесу она не подходит. Предприниматели отмечают, что в целом налоговое законодательство России сложное. («В общем, наше законодательство приспособлено для олигархов каких-то, которые в мутной воде ловят свою добычу, а для нормальных предпринимателей все очень сложно..»), в то время как про упрощенную систему говорят: «мы на упрощенной системе... раньше было намного сложнее, раньше учет был вообще, мы должны были вести огромные папки, книги, вплоть до того, что все накладные должны быть подшиты..»). Также в ответах по поводу налогов встречалось суждение о том, что при ориентации своего дела на долгосрочную перспективу, стратегия уплаты налогов эффективна, так как позволяет сохранить репутацию предприятия и избежать уголовного преследования. С другой стороны, можно отметить такую особенность малого бизнеса как наличный расчет на некоторых фирмах, который соответственно не облагается налогом.

Предприниматели говорят, что они не ощущают поддержку со стороны государства, и при создании и ведении бизнеса используют неформальные связи. Респонденты отмечают, что главная задача государства не мешать бизнесу. Однако, некоторые отметили, что предпринимательству нужна поддержка, особенно, на стадии возникновения бизнеса. Например, необходимы эффективные механизмы защиты собственности, предпринимательства, создание четких и простых законодательных актов, упрощение в оформлении документов.

Существуют определенные административные барьеры, которые тормозят развитие института предпринимательства. Здесь спектр проблем весьма разнообразен: чрезмерные проверки, проблемы с арендой, проблемы с постоянными нововведениями разнообразных инструкций, проблемы лицензирования, фингарантии. («..На всех этапах, в ситуации заключения договоров аренды, ситуации расторжения, у нас предприниматель всегда не прав! По-моему, одни барьеры существует и никаких открытых ворот..»), «Слишком много контролирующих организаций, где каж-

дый сидит и просит свою бумажку, а где эту бумажку взять он не знает..», «кто только нас не контролировал: ростехнадзор и энергонадзор, и госхознадзор, все. Приходят, говорят, что нам надо то, чтобы вы сделали, это, обучитесь здесь, обучитесь там..»). Таким образом можно заключить, что одной из проблем, которая мешает институту предпринимательства развиваться, является отсутствие диалога, взаимодействия между бизнесом и властью при решении общих задач, согласование интересов обеих сторон.

Существуют и другие проблемы в деятельности института малого бизнеса. Респонденты отметили, что у них возникают сложности при наборе персонала, так как существует дефицит специалистов. Например, набор персонала осуществляется через неформальные каналы. Это друзья, знакомые. Предприниматели прибегали и к формальному поиску рабочих: биржа труда, кадровые агентства. Некоторые из них выступили с критикой этого способа найма рабочих. («..хороший работник в службу занятости не приходит...», «если есть какие-то кадровые агентства потому, что это большое болото, которое только берет деньги.., это большое болото..»). Однако, меньшинство предпринимателей отметило, что сотрудничество с биржей труда было эффективным («..я подавала объявления в службу занятости, ...С тех пор как они пришли ко мне в 2002, они работают, у нас прекрасные отношения..»). Значит, можно сделать вывод, что, несмотря на возможность использовать формальные каналы поиска рабочих, прибегать к помощи различных структур, предприниматели предпочитают использовать неформальные, личные связи, знакомства.

Большой проблемой является аренда, так как малый бизнес в основном арендует помещение, а не владеет им. Основные требования к аренде – это соотношение цены и качества, а также проходимость помещения. Респонденты говорили, что у них отсутствует стабильность, так как арендодателем является частное лицо, который может поменять свое решение о сдаче площадей в аренду.

Практика зарплат «в конвертах» является на сегодняшний день распространенной. Каждый второй предприниматель отметил, что такая практика используется на предприятии. Причины этого состоят в следующем: большие налоги на заработную плату, а также присутствие неучтенной наличности, которую можно распределить среди работников. («...приходится платить большие налоги. Поэтому держишь заработок на минимальном, с него выплачиваешь все налоги, а остальную часть выплачиваешь «в конвертах», при этом люди все понимают..»).

Отношения между конкурирующими компаниями можно определить как напряженные в связи с небольшим количеством населения города, знание конкурента в лицо, но в тоже время не исключена взаимовыгодная помощь, неформальные знакомства, встречи на различных выставках, показах. («С конкурентами у меня нормальные отношения, я их знаю, они меня знают, сотрудничаем, друг другу помогаем и в советах, и в виде деятельности...»), «Конкуренты – они же наши партнеры, мы конкурируем, но мы можем прийти в любой момент и сказать: «Вот у нас большой заказ, поддержите, помогите заработать...»). Прослеживается тенденция, что в торговле конкуренция жестче, чем в производящей сфере. Например, угрозой для малого бизнеса является сетевая торговля, которая подавляет малый бизнес своей масштабностью, маркетингом.

Что касается перспектив развития бизнеса, то в 2007 году половина руководителей видели будущее своего предприятия довольно позитивным. 9 человек отметили, что предприятие имеет устойчивые перспективы для развития и расширения своей деятельности, а 19 респондентов считают, что их предприятие будет сохранять стабильность. Однако, 11 руководителей предприятий считают, что будущее предприятий неопределенно, а 12 предприятий проходит процедуру банкротства.

Мировой финансовый кризис, по словам предпринимателей, отразился на их производстве. Прежде всего, это касается подорожания товаров, оборудования из-за границы, также общего спада экономической активности. («Один не платит другому, другой третьему, и пошла цепочка такая..», «На сегодняшний день бизнес буксует..»).

Итак, предпринимательство как социальный институт находится в стадии формирования. Есть еще много проблем, таких как неразвитость законодательной базы, преобладание неформальных связей и отношений, отсутствие четких правил игры, высокие ставки по кредитам и т.д. Несмотря на трудности, институт предпринимательства продолжает развиваться. Формируется культура обслуживания клиентов, преобладает рыночная конкуренция, формируется этика предпринимательства, а главное, это желание самих предпринимателей работать, и, несмотря на кризис, существует ориентация на перспективу, развитие и совершенствование бизнеса.

Следует сделать вывод, что основные проблемы, которые испытывали предприятия в 2007 году, были связаны с нехваткой финансовых средств, получением кредита, большое налоговое бремя. Также сдерживает развитие института предпринимательства, по мнению респондентов, несовершенное законодательство, привычка недобросовестного поведения акторов на рынке, ориентация на честный бизнес находится на стадии формирования.

Список литературы

1. *Алейников А.В.* К проблеме политико-социологического анализа генезиса российского бизнеса / А.В. Алейников // *Власть*. – 2008. – № 5. – С. 9 – 14.
2. *Алейников А.В.* Политический дизайн институциональной трансформации российского бизнеса // *Власть*. 2007. № 10. С. 60.
3. *Кан С.Л.* А караван идет: что сдерживает развитие предпринимательства в России? // *Российское предпринимательство*. 2006. № 10. С.10
4. *Морозов В.А.* С надеждой на женщин: женское предпринимательство как основа развития малого бизнеса/ В.А. Морозов // *Российское предпринимательство*. – 2003. – №3. – С. 3 – 10.
5. *Нечаев А.* Большие беды малого бизнеса/ А. Нечаев // *Управа*. – 2008. – № 3. – С.65 – 66.
6. *Радаев В.В.* Российский бизнес: на пути легализации?/ В.В. Радаев // *Экономическая социология*. – 2002. – Т.3 – № 1. – С. 43 – 65.
7. *Ревайкин А.С.* Преобразование собственности и становление предпринимательства в республике Карелия/ А.С. Ревайкин // *Становление предпринимательства в Республики Карелия: опыт и проблемы переходного периода 1994 – 2003*. -Петрозаводск, 2003. –С. 8 – 31.

Организационная культура как фактор конкурентоспособности российского бизнеса

К.О. Матвеева,

Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск

Корпоративная культура уходит своими корнями в американские традиции ведения бизнеса. Считается, что данный инструмент возник благодаря американскому предпринимателю Генри Форду. На его заводах работали десятки тысяч человек, но с кем бы из них он не встретился, старался запомнить по имени. Форд активно интересовался личной жизнью своих подчиненных, причем независимо от того, какую должность занимал собеседник. Известно, что Форд здоровался со всеми за руку, считая это знаком особого доверия. Он был убежден, что благодаря этим его принципам сотрудники относились к нему лучше – а значит, и лучше работали.

С тех пор прошло немало времени, и корпоративная культура обрела более четкую форму. Сегодня она базируется на основополагающих ценностях, разделяемых членами компании. Эти ценности зависят от того, чьи интересы лежат в основе деятельности коллектива: фирмы в целом или отдельных ее сотрудников. В соответствии с этим формируется стиль руководства, манера поведения подчиненных, нормы общения коллег.

К наиболее значимым характеристикам корпоративной культуры относятся:

- осознание работником своего места в компании (группе);
- тип совместной деятельности;
- нормы поведения;
- тип управления;
- культура общения;
- система коммуникаций;
- деловой этикет;
- традиции компании;
- особенности трактовки полномочий и ответственности;
- трудовая этика.

Решающим фактором в становлении корпоративной культуры является философия компании или, другими словами, принципы, которым следует руководство. Они обозначаются в рекламных материалах, озвучиваются в речах начальников и в информационных документах. Формирование