

Дивиченко Олег Игоревич**Divichenko Oleg Igorevich**

инженер-исследователь
Научно-исследовательского института синергетики
Белгородского государственного
технологического университета им. В.Г. Шухова

Research Engineer,
Institute of Synergetics,
Belgorod State Technological University
named after V.G. Shukhov

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛИМАТА В РЕГИОНЕ

FACTORS OF FORMING BUSINESS CLIMATE IN THE REGION

Аннотация:

Для целенаправленного формирования предпринимательского климата в регионе важно знать и учитывать факторы, оказывающие влияние на данный процесс. В статье выделены и рассмотрены целевые, информационные, инфраструктурные, организационные, образовательные, коммуникативные, регулятивные, партнерские, стимулирующие факторы и факторы социально ориентированного воздействия.

Ключевые слова:

регион, малое предпринимательство, малое и среднее предпринимательство, предпринимательский климат, формирование, факторы.

Summary:

To focus on the formation of business climate in the region, it is important to know and take into account the factors that influence on this process. The article distinguishes and reviews the following factors: purpose-oriented, informational, infrastructural, organizational, educational, communicative, regulative, collaborating, enabling ones and factors of social impact.

Keywords:

region, small business, small and medium-sized business, business climate, forming, factors.

В российской науке и практике значительное внимание уделяется проблемам развития малого предпринимательства. Вместе с тем многие вопросы остаются нерешенными. Сектор малого предпринимательства в стране уже продолжительное время находится в состоянии застоя. Это негативное явление вызвано множеством причин, которые выражаются в понятии «предпринимательский климат».

Целенаправленное воздействие на формирование благоприятного предпринимательского климата связано, как правило, не с одним, а с несколькими факторами [1]. Результаты изучения этих факторов нашли отражение в ряде публикаций социологов, экономистов [2].

В статье ставится цель – представить результаты авторского исследования факторов предпринимательского климата в регионе (преимущественно по материалам Белгородской области), которые характеризуются, во-первых, социальной ориентированностью, во-вторых, определенной целостностью (системностью).

Проведенный анализ позволяет выделить десять групп таких факторов.

1. **Целевые факторы** связаны с определением ориентиров для формирования предпринимательского климата. Цель – это желаемый результат, недостижимый за рассматриваемый промежуток времени, но доступный в будущем, причем за данный период к нему можно приближаться. Цель конкретизируется и уточняется в задачах. Цели могут быть по-разному ориентированы: на проблему, требующую разрешения; на потребность, которую необходимо удовлетворить; на возможную перспективу [3].

Процесс предпринимательской деятельности связан с достижением двух основных целей: экономической – получением дохода (прибыли), социальной – работой на благо общества, удовлетворением потребностей людей. В зависимости от соотношения этих целевых установок можно выделить три основных типа ведения бизнеса:

– узкая ориентация на извлечение прибыли (обостряет социальные проблемы, усиливает социальное неравенство);

– подключение бизнеса к сбалансированному решению отдельных социальных проблем (в сравнении с другими субъектами предпринимательства он обладает для этого большими возможностями);

– социальная активность компании (доминирующая ориентация на удовлетворение общественных потребностей и решение социальных проблем).

На обеспечение баланса целевых установок ориентирует государственная политика в сфере развития малого бизнеса. В числе основных целей государственной политики по развитию малого предпринимательства в России определены:

- создание благоприятных условий для успешной предпринимательской деятельности;
- обеспечение устойчивого роста малого предпринимательства как фактора формирования среднего класса в социуме и конкурентной среды в экономике;
- расширение самозанятости населения;
- увеличение доли участия малого предпринимательства в формировании валового регионального и внутреннего продукта, в налоговых доходах федерального, регионального и местного бюджетов.

2. Информационные факторы. Существует тесная зависимость между уровнем информационного обеспечения и состоянием развития бизнеса [4]. Малому и среднему бизнесу необходима достоверная, доступная и системная информация. По результатам социологических исследований для более эффективного ведения дел предприятиям малого и среднего бизнеса требуется информационная поддержка – об этом заявляют 73 % руководителей малых предприятий [5].

На основе аналитических данных, получаемых из различных источников, отслеживаются процесс изменения приоритетов, степень значимости информации с учетом динамики социально-экономической ситуации. В рейтинге основных видов информации отмечена потребность в сообщениях регионального значения, социально-экономической и нормативно-правовой информации. Для предпринимателей, занятых в производственной сфере, на одном из первых мест стоит информация о передовом опыте, оборудовании и новых технологиях [6].

На современном этапе развития общества сложилось определенное противоречие между несомненной востребованностью информации вышеуказанной группой специалистов и недостатком высоким уровнем информационной культуры. Неумение ориентироваться в том огромном объеме информационных ресурсов, которые имеются в настоящее время, приводит к снижению показателей эффективности деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства.

Базой информационного обеспечения на региональном уровне могут быть информационные ресурсы центральных библиотек регионов. Так, Белгородская государственная универсальная научная библиотека входит в число 20 лучших библиотек России и представляет собой крупнейшее региональное хранилище документов на традиционных и электронных носителях (более 2 млн). В структуре библиотеки выделено специализированное подразделение – отдел производственной литературы, одним из основных направлений деятельности которого является оперативное информационное обеспечение специалистов различных отраслей промышленности, сельского хозяйства, предпринимателей. Фонд отдела включает источники по экологии, электротехнике, радиотехнике и радиоэлектронике, горному делу, различным отраслям машиностроения, легкой и пищевой промышленности, строительству, транспорту, сельскому хозяйству. В структуру фонда также входят издания по экономическим аспектам развития различных отраслей промышленности и сельского хозяйства, предприятий торговли, гостиничного и ресторанного бизнеса. Большим блоком представлен фонд нормативно-технической документации – межгосударственные и национальные стандарты, строительные, санитарные правила и нормы, гигиенические нормативы. К целевым группам, для которых создается фонд периодической литературы отдела производственной литературы, отнесены и субъекты малого и среднего предпринимательства [7].

В российских регионах разработаны и реализуются целевые программы предоставления информационно-образовательных услуг для субъектов малого и среднего предпринимательства региона. Особо важное значение придается устранению «узких мест» в информационном обеспечении. Так, было установлено, что информация о проведении конкурсов по государственному заказу часто не доходит до субъектов малого предпринимательства и курирующих их организаций. Система электронного информационного обмена между региональными агентствами поддержки малого предпринимательства как потенциальными подрядчиками по госзаказам пока еще мало эффективна. Несовершенен механизм привлечения субъектов малого предпринимательства к торгам на закупку товаров, работ и услуг для государственных федеральных и региональных нужд. Весьма серьезные проблемы связаны с налогово-информационным обеспечением малого предпринимательства [8].

Для более полного информирования бизнес-сообщества Белгородской области два раза в месяц выходит журнал «Белгородское бизнес-обозрение» и работает интернет-портал www.tb31.ru. В этих же источниках систематически появляется информация о проведении конкурса бизнес-проектов субъектов малого предпринимательства с целью предоставления грантов на организацию бизнеса. Так, в 2016 г. вышли 23 выпуска журнала «Белгородское бизнес-обозрение» с 32 полосами полезной информации о главных экономических новостях региона, механизмах поддержки предпринимательства, изменениях в законодательстве, самых успешных бизнес-проектах, консультациях специалистов по организации и ведению бизнеса.

3. Инфраструктурные факторы. Существенное значение имеет создание развитой инфраструктуры поддержки деятельности субъектов малого предпринимательства. Инфраструктура малого предпринимательства включает: лизинговые компании, технопарки, бизнес-инкубаторы, производственно-технические центры, страховые компании, учебные центры, которые оказывают различные виды поддержки субъектам малого предпринимательства [9].

Ведущая роль в создании инфраструктуры малого предпринимательства принадлежит органам исполнительной и законодательной власти Российской Федерации, созданным ими региональным структурам поддержки и развития малого предпринимательства.

Из инфраструктуры малого предпринимательства выделим и рассмотрим блок «Общественные организации», который имеет особо важное значение для социального механизма формирования предпринимательского климата.

4. Действие **организационных факторов** проявляется в форме объединения предпринимателей в соответствующие организации, союзы. Из множества объединений предпринимателей охарактеризуем наиболее авторитетные и влиятельные.

Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» – российское общественное объединение, включающее около 450 тыс. предпринимателей и иных граждан, интегрирующее более 100 отраслевых союзов, ассоциаций и гильдий. Отделения организации действуют во всех регионах РФ. Организация призвана содействовать объединению предпринимателей и других граждан для активного участия в создании благоприятных условий для развития предпринимательства в России, обеспечивающих успешное развитие экономики; защищать права и интересы малого и среднего бизнеса на всех уровнях власти.

Торгово-промышленная палата (ТПП). В регионах окрепли торгово-промышленные палаты, которые стали представлять и лоббировать интересы предпринимателей в структурах власти. Показательна в этом отношении деятельность Белгородской торгово-промышленной палаты, сумевшей за последние годы объединить общественные организации, которые защищают предпринимателей области. Основные направления деятельности ТПП: арбитраж и посредничество, внешние связи, выставочная, законотворческая деятельность, защита бизнеса, инвестиции и инновации. При ТПП образованы и действуют на общественных началах 19 профильных комитетов, в том числе комитеты по безопасности предпринимательской деятельности, вопросам регулирования предпринимательской деятельности, выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров, государственно-частному партнерству и т. д.

Ассоциация «Ремесленная палата Белгородской области». Основной вид деятельности – консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления. Ассоциация относится к числу межотраслевых органов хозяйственного управления.

Объединение профсоюзов. Основные направления деятельности – правовая защита, социально-трудовые отношения и социальные гарантии, охрана труда, молодежная политика, организационная, информационная работа, обучение профсоюзных кадров, школа профсоюзных кадров.

5. **Образовательные факторы**. С данной группой факторов связано одно из приоритетных направлений развития и совершенствования государственной поддержки среднего и малого предпринимательства.

В Белгородской области уже десять лет успешно реализуются ежегодные программы предоставления информационно-образовательных услуг для потенциальных и действующих предпринимателей [10]. Организуются курсы для начинающих предпринимателей, тематические семинары, выездные тренинги, индивидуальные консультации по всем аспектам предпринимательской деятельности. Количество обученных предпринимателей в 2015 г. составило 1359 человек, в том числе 59 % из города Белгорода и Белгородского района.

В 2012 г. в соответствии с программой, утвержденной постановлением Правительства Белгородской области 20 февраля 2012 г. № 87-пп, был реализован комплекс мероприятий, включающий проведение тематических семинаров (24 и 48 учебных часа) и 70-часовых курсов для молодых начинающих предпринимателей, специалистов и руководителей малых и средних предприятий, безработных граждан по всем вопросам организации и дальнейшего развития бизнеса с учетом актуальных на сегодняшний день направлений, в том числе в инновационном секторе [11]. Программа включает обучение по вопросам, касающимся регистрации, реорганизации и ликвидации предприятий, оформления кадровой документации, ведения делопроизводства, маркетинга и менеджмента, франчайзинга, финансово-хозяйственной деятельности предприятий, налогообложения, бухгалтерского учета и других не менее важных вопросов, изучение и знание которых способствует эффективному развитию образовательной системы, включающей подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для малого и среднего предпринимательства. Это в свою очередь служит стимулом для создания новых малых предприятий, вовлечения в малый бизнес незанятого населения, молодежи, создания новых и сохранения действующих рабочих мест, способствует повышению уровня осведомленности предпринимателей о новых технологиях, инновационных методах и приемах ведения предпринимательства.

6. **Коммуникативные факторы** связаны с важностью установления и поддержания непосредственных контактов представителей бизнеса и органов власти. Широкой площадкой для конструктивного диалога бизнес-сообщества и органов власти стал ежегодный форум «Малый и

средний бизнес Белгородчины». Традиционно он насыщен деловой программой, встречами руководства области, депутатов Белгородской областной думы с представителями малого и среднего бизнеса. В 2016 г. форум объединил на своих деловых мероприятиях более 500 предпринимателей, руководителей предприятий и специалистов. За три дня форума прошло более 15 конгрессных мероприятий, в числе которых конференция субъектов малого и среднего предпринимательства с участием депутатов Белгородской областной думы и членов Правительства Белгородской области, круглые столы «Новое позиционирование государственной политики по развитию малого и среднего предпринимательства» и «Малый и средний бизнес в nanoиндустрии Белгородской области», подведение итогов конкурса «Предприниматель года», консультации центров занятости, банков, кредитных организаций, презентации и семинары, встречи представителей бизнеса Белгородской области.

В процессе предпринимательской деятельности субъекты малого и среднего бизнеса взаимодействуют с широким спектром структур, которые осуществляют надзорные функции в отношении предпринимательства. По результатам социологического опроса предпринимателей Белгородской области 91 % из них считают личный контакт, а также публичное и коллективное взаимодействие наиболее эффективными способами взаимодействия малого и среднего бизнеса с органами местного самоуправления (опрос 2014 г.). Вместе с тем предприниматели считают малопродуктивным использование бизнес-объединений и сторонних организаций при защите своих интересов.

7. Регулятивные факторы в процессе формирования благоприятного предпринимательского климата действуют на нескольких уровнях, и прежде всего на уровне взаимодействия бизнеса и органов власти и на уровне взаимодействия предпринимателей.

Все вопросы, которые могут касаться органов власти и местного самоуправления, регулируются статьями 15–21 Закона о защите конкуренции [12]. В России складывается такая ситуация, что антимонопольное законодательство нарушается в основном не монополистами и хозяйствующими субъектами, а именно органами государственной власти и местного самоуправления. За 2015 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России по Белгородской области было вынесено 36 решений о нарушении антимонопольного законодательства со стороны органов власти и 15 – со стороны хозяйствующих субъектов. Было выявлено 11 нарушений ст. 15 Закона о защите конкуренции. Количество нарушений антимонопольного законодательства со стороны органов власти и местного самоуправления заметно снижается. Главная причина снижения заключается в системном проведении Белгородским УФАС комплексных проверок названных органов.

Переходя к рассмотрению второго уровня регулятивного воздействия – между предпринимателями – заметим, что многие страны, в том числе Россия, разработали национальные кодексы корпоративного управления, представляющие свод стандартов наилучшей практики, этических и моральных установлений, обязательность которых в некоторых случаях выше, чем законодательных норм, хотя и не подкреплена государственным принуждением [13].

8. Посредством партнерства бизнес-сообщества и органов власти решаются важные задачи, в том числе связанные с противодействием коррупции. Так, между департаментом экономического развития области и Белгородским региональным отделением общероссийской общественной организации «Центр противодействия коррупции в органах государственной власти» действует соглашение, на основе которого на условиях софинансирования из средств областного и федерального бюджетов на осуществление программных мероприятий этой общественной организации были выделены субсидии в размере 350 тыс. р. Этот шаг стал уже следующим со стороны органов власти по поддержке некоммерческих организаций региона [14].

Первый шаг состоял в том, что в конце 2010 г. в соответствии с постановлением Правительства Белгородской области «Об утверждении долгосрочной целевой программы “Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций Белгородской области”» и распоряжением Правительства Белгородской области «О проведении конкурса социально ориентированных некоммерческих организаций на право получения в 2015 году субсидий» [15] был проведен областной конкурс. По его результатам комиссия одним из победителей признала Белгородское региональное отделение (БРО) общероссийской общественной организации «Центр противодействия коррупции в органах государственной власти». Данная общественная организация выступила с проектом «Партнерство против коррупции в Белгородской области». Смысл программы заключается в консолидации в Белгородской области некоммерческих и коммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей, СМИ совместно с органами государственной власти и местного самоуправления для снижения уровня коррупционных проявлений в регионе. В рамках ее осуществления планируется объединить силы гражданского общества, сформировать у людей нетерпимость к коррупционным проявлениям, устранить условия, порождающие их. Программа реализуется в несколько этапов, одним из которых станет заключение соглашения об

участии между «Центром», некоммерческими и коммерческими организациями, индивидуальными предпринимателями и местными СМИ.

9. Факторы социально ориентированного воздействия. Это воздействие направлено непосредственно на повышение социальной эффективности малых предприятий и осуществляется, как правило, по трем направлениям.

Первое – стимулирование социальной ориентированности малых предприятий, которое осуществляется, в частности, посредством проведения всероссийского конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности». Его цель – представить общественности опыт российских организаций, добивающихся высокой социальной эффективности в решении социальных задач, и содействовать развитию форм социального партнерства в организациях.

Второе – содействие развитию рынка социальных услуг, предоставляемых предприятиями малого бизнеса, то есть речь идет о структуре хозяйства, обеспечивающей баланс между рыночной эффективностью и социальной значимостью. Так, в Белгородской области дан старт новому направлению социального предпринимательства, которое призвано решать проблемы социализации и социальной интеграции наиболее незащищенных социальных групп и создавать уникальные рабочие места – для инвалидов, выпускников детских домов, бывших заключенных и т. д. Показательна в этом отношении финансовая поддержка предпринимательства, нацеленного на организацию центров дневного времяпрепровождения детей дошкольного возраста. Так, в 2012 г. проведен конкурс, в котором приняли участие 43 субъекта малого и среднего предпринимательства. 23 предпринимателя, признанные победителями, получили субсидии на общую сумму свыше 8 млн р. Воплощение в жизнь социально ориентированных бизнес-проектов позволило дополнительно открыть в Белгородской области 23 частных детских сада, которые посещают более 500 воспитанников. Создано свыше 113 новых рабочих мест.

Третье – повышение социальной эффективности самого малого предпринимательства. Предпринимательская деятельность требует от человека проявления инициативы, активности, инновационного комбинирования факторов производства, готовности к риску и ответственности за принимаемые решения [16].

10. Стимулирующие факторы. О действии этих факторов можно судить, в частности, по финансированию региональных целевых программ формирования благоприятного предпринимательского климата. Так, на реализацию государственной программы «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата Белгородской области на 2014–2020 годы» на условиях софинансирования из областного и федерального бюджетов предусмотрено выделить средства в объеме 552 млн 644 тыс. р. (195 млн р. из областного бюджета, остальное из федеральной казны). Если сравнивать этот показатель 2015 г. с аналогичным показателем предыдущего года, то финансирование увеличено на 10 %.

Таким образом, успешная деятельность по формированию предпринимательского климата в регионе может быть обеспечена при условии:

- идентификации значимых факторов, оказывающих влияние на формирование предпринимательского климата в регионе (в настоящем исследовании выделено и рассмотрено десять групп таких факторов: целевые, информационные, инфраструктурные, организационные, образовательные, коммуникативные, регулятивные, партнерские, стимулирующие и социально ориентированного воздействия);
- определения потенциала значимых факторов и возможности их интеграции в процесс целенаправленного формирования предпринимательского климата;
- комплексного подхода к указанным факторам, что обеспечит синергетический эффект их применения;
- нейтрализации возможных негативных последствий отдельных факторов, связанных с их функциональной реверсивностью.

Ссылки и примечания:

1. Business Climate and the Second War Between the States [Электронный ресурс]. 2013. URL: <http://journal.c2er.org/2013/02/business-climate-revisited/> (дата обращения: 26.06.2017); Fullan M. Leading in a Culture of Change. San Francisco, 2007. 448 p.; Smith P.F. Architecture in a Climate of Change. Oxford; Burlington (Mass.), 2008. 294 p.
2. Баева О.Н., Хлебович Д.И. Обучение персонала в малом бизнесе: проблемы и возможные решения (мнение предпринимателей) // Российское предпринимательство. 2014. № 12 (258). С. 123–134; Николаева Т.П., Коростышевская Е.М. Какая инфраструктура нужна малому бизнесу? // Инновации. 2011. № 3. С. 33–37; Филюшин Н.В. Малый бизнес как открытая социальная система: некоторые аспекты управления и самоорганизации // Российское предпринимательство. 2011. № 2-2 (178). С. 50–54; Хромов И. Модель согласования интересов государства и малых предприятий в сфере налогообложения // Предпринимательство. 2015. № 5. С. 91–99.
3. Данакин Н.С., Маттейс О.В. Совершенствование целевого управления в органах муниципальной власти: социальные аспекты : монография. Белгород, 2012. 183 с.
4. Информационное обеспечение предпринимательской деятельности // Белгородское бизнес-обозрение. 2014. № 18 (292).

5. Опрос проводился автором в 2014 г. (n = 289).
6. Баева О.Н., Хлебович Д.И. Указ. соч.
7. Там же.
8. Хромов И. Указ. соч.
9. Николаева Т.П., Коростышевская Е.М. Указ. соч.
10. Об утверждении Программы предоставления информационно-образовательных услуг субъектам малого и среднего предпринимательства Белгородской области на 2012 год : постановление Правительства Белгородской области от 20 февр. 2012 г. № 87-пп.
11. Там же.
12. О защите конкуренции : федер. закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ.
13. Варламова А.Н., Кабатова Е.В. Российский кодекс корпоративного поведения: подготовка, структура, применение // Государство и право. 2002. № 5. С. 35–50.
14. Партнерство против коррупции // Белгородское бизнес-обозрение. 2012. № 5 (234).
15. О проведении конкурса социально ориентированных некоммерческих организаций на право получения в 2015 году субсидий : распоряжение Правительства Белгородской области от 9 нояб. 2015 г. № 571-рп.
16. Филюшин Н.В. Указ. соч.

References:

- Baeva, ON & Khlebovich, DI 2014, 'Staff training in small business: problems and possible solutions (entrepreneurs' opinion)', *Rossiyskoye predprinimatel'stvo*, no. 12 (258), pp. 123-134, (in Russian).
- Business Climate and the Second War Between the States* 2013, viewed 26 June 2017, <<http://journal.c2er.org/2013/02/business-climate-revisited/>>.
- Danakin, NS & Matteys, OV 2012, *Improving targeted management within municipal authorities: social aspects*, monograph, Belgorod, 183 p., (in Russian).
- Filyushin, NV 2011, 'Small business as an open social system: several aspects of management and self-organization', *Rossiyskoye predprinimatel'stvo*, no. 2-2 (178), pp. 50-54, (in Russian).
- Fullan, M 2007, *Leading in a Culture of Change*, San Francisco, 448 p.
- 'Information support for entrepreneurship' 2014, *Belgorodskoye biznes-obozreniye*, no. 18 (292), (in Russian).
- Khromov, I 2015, 'Model for coordinating the interests of the state and small enterprises in the field of taxation', *Predprinimatel'stvo*, no. 5, pp. 91-99, (in Russian).
- Nikolaeva, TP & Korostyshevskaya, EM 2011, 'What infrastructure is necessary for small businesses?', *Innovatsii*, no. 3, pp. 33-37, (in Russian).
- 'Partnership against corruption' 2012, *Belgorodskoye biznes-obozreniye*, no. 5 (234), (in Russian).
- Smith, PF 2008, *Architecture in a Climate of Change*, Oxford, Burlington (Massachusetts), 294 p.
- Varlamova, AN & Kabatova, EV 2002, 'The Russian Code of Corporate Behavior: preparation, structure, application', *Gosudarstvo i pravo*, no. 5, pp. 35-50, (in Russian).