

Н.И. Редина
академик АЭН Украины

И.Д. Падерин
академик АЭН Украины

В.Г. Городяненко
д-р ист. наук,
г. Днепропетровск

ИССЛЕДОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА РЕГИОНА МЕТОДОМ ИНТЕРВЬЮ РУКОВОДИТЕЛЕЙ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Опросы — незаменимый прием получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности и мнениях, которые позволяют мысленно моделировать любые нужные экспериментатору ситуации для того, чтобы выявить устойчивые и субъективные состояния человека.

Интервью — это проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом. При этом запись ответов респондента проводится интервьюером на анкете либо на другом носителе, например — электронном.

В социологии имеются различные методы интервью. Нами выбран метод полустандартного индивидуального интервью на основе вероятностной выборки руководителей малых предприятий Днепропетровска из статистической информации, предоставленной Главным управлением статистики по Днепропетровской области (Облстат).

Данная методика включала следующие этапы: разработку анкеты для проведения интервью с руководителями малых предприятий; получение из Облстата на магнитных носителях совокупной информации о малом бизнесе Днепропетровска; компьютерной выборки статистики о малых предприятиях для проведения интервью; организацию проведения анкетирования методом интервью руководителей малых предприятий; обработку полученных данных с использованием компьютерной программы «Социолог» и подготовку отчета по результатам интервью.

В исследовании участвовали студенты и преподаватели экономического факультета Днепропетровской государственной финансовой академии, а также научные сотрудники кафедры социологии Днепропетровского национального университета.

В ходе проведения интервью руководителям малых предприятий было задано 19 вопросов. Общее количество полученных анкет составило 108. Приведем результаты исследования:

РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА РУКОВОДИТЕЛЕЙ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ г. ДНЕПРОПЕТРОВСКА «СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ В РЕГИОНЕ», проведенного методом индивидуального полустандартизированного интервью Ноябрь 2009 г.

Опрос выборочный. Выборка вероятностная, систематическая. Основой для выборки был список руководи-

телей малых предприятий, предоставленный по Днепропетровской области. Главным управлением статистики.

Социально-демографические характеристики опрошенных

Образование респондентов

1. Среднее общее — 2,2 %
2. Среднее специальное — 9,7 %
3. Высшее — 86,0 %
4. Другое — 2,1 %

Пол

1. Мужчины — 62,4 %
2. Женщины — 37,6 %

Возраст

- До 30 лет — 25,8 %
31–50 лет — 69,9 %
51 и более — 4,3 %

Распределение ответов на вопрос 1: «Каковы конкретные цели Вашего предприятия в настоящее время?» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько целей)

Таблица 1

Цели предприятия	%
Получение прибыли	48,4
Увеличение объема продажи товаров, услуг, работ	48,4
Другие цели*	5,4

*Среди других целей назывались: снабжение предприятий необходимой продукцией, услугами; привлечение новых потребителей; выживание; чтобы удержаться на плаву.

Распределение ответов на вопрос 2: «Какова стратегия Вашего предприятия сегодня?» (в % к числу опрошенных).

Таблица 2

Вид стратегии	%
Ускоренный рост	34,4
Выживание	58,2
Постепенное сворачивание	3,2
Сочетание стратегий*	3,2

*Называлось сочетание таких стратегий: выживание и рост; рост + повышение качества и надежности.

Распределение ответов на вопрос 3: «Сколько человек работает на вашем предприятии?» (в % к числу опрошенных).

Таблица 3

Численность работающих	%
До трех человек	5,4
3-10 человек	94,6
11-40 человек	-
Свыше 40 человек	-

Распределение ответов на вопрос 4: «Какой тип вашего предприятия?» (в %).

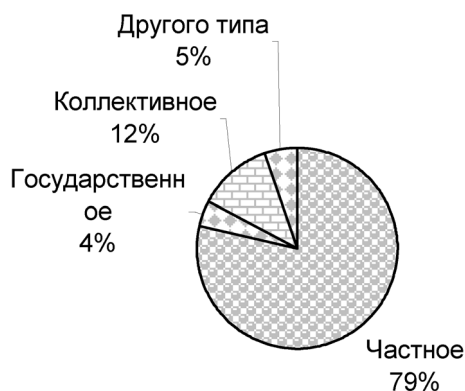


Рис. 1.

*Среди других типов предприятий назывались: ООО, кооператив

Распределение ответов на вопрос 5: «Какой вид деятельности вашего предприятия?» (в % к числу опрошенных).

Таблица 4

Вид деятельности	%
Промышленное производство	9,8
Строительство	12,0
Производство товаров народного потребления	12,0
Переработка сельскохозяйственной продукции	4,3
Торговля и общественное питание	16,3
Бытовые, информационные, юридические, культурно-оздоровительные и прочие услуги	28,0
Транспорт и связь	5,4
Медицинские и социальные услуги	3,3
Другие виды деятельности*	8,7

*Среди других видов деятельности назывались: компьютерные услуги, релейно-производственная, торговля ценными бумагами, психологические консультации, изготовление памятников, услуги тамады.

Распределение ответов на вопрос 6: «Каков продукт вашего предприятия?» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько вариантов).

Таблица 5

Продукт	%
Товары	52,7
Услуги	54,8
Работа	3,2
Другие продукты*	4,3

*Среди других продуктов назывались: продажа и аренда недвижимости, культурные развлечения.

Распределение ответов на вопрос 7: «Как бы вы оценили уровень качества вашей продукции, услуг?» (в % к числу опрошенных).

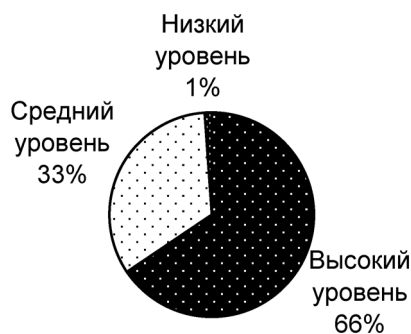


Рис. 2.

Распределение ответов на вопрос 8: «Какие виды рекламы вашей продукции (услуг) используются?» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько вариантов).

Таблица 6

Виды рекламы	%
Телевизионная	16,1
Реклама на радио	12,9
Реклама в прессе	47,3
Листовки	34,4
Плакаты	20,4
Бигборды	11,8
Другие виды*	17,2
Реклама не используется	16,1

*Среди других видов назывались: Интернет (10 чел.); личные встречи; работа с каталогами; консультационные (от клиента к клиенту); адресная.

Распределение ответов на вопрос 9: «Какие формы сбыта продукции используются вами?» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько вариантов).

Таблица 7

Формы сбыта продукции	%
Фирменная торговля	19,4
Оптовая торговля	26,9
С помощью посредников	26,9
С использованием сетей	18,3
Личная продажа	53,8
Другие формы*	6,5

*Среди других называли смешанные формы.

Распределение ответов на вопрос 10: «Какова динамика вашего предприятия за последние 2–3 года?» (в % к числу опрошенных).

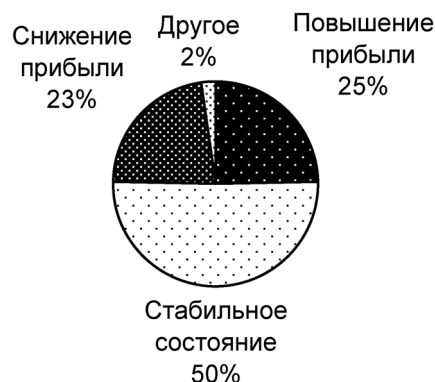


Рис. 3.

*Среди других называлась синусоидальная динамика

Распределение ответов на вопрос 11: «Как вы считаете, способствует ли развитию малого бизнеса система налогообложения объектов малого предпринимательства?» (в % к числу опрошенных).

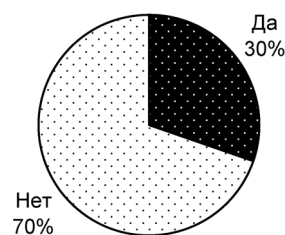


Рис. 4.

Распределение ответов на вопрос 12: «Как часто вы анализируете деятельность вашего предприятия за последние 2–3 года?» (в % к числу опрошенных).



Рис. 5.

*Среди других ответов назывались: 1 раз в пол-года; 1 раз в квартал

Распределение ответов на вопрос 13: «Наличие документов, регламентирующих деятельность персонала» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько вариантов).

Таблица 8

Варианты ответов	%
Имеются положения о структурных подразделениях	30,1
Имеются должностные инструкции	49,5
Имеются контракты с сотрудниками	66,7
Имеются другие регламентирующие документы	3,2

*Один ответ — «нет никаких документов».

Распределение ответов на вопрос 14: «Какие методы подбора персонала используются» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько вариантов).

Таблица 9

Методы подбора персонала	%
Собеседование	82,8
Тестирование	11,8
По итогам изучения резюме	31,2
По результатам испытания	32,2
Другие методы*	2,2

*Среди других назывались смешанные методы.

Распределение ответов на вопрос 15: «Проводилось ли обучение персонала за последние три года» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько вариантов).

Таблица 10

Виды обучения	%
На курсах повышения квалификации	10,8
На семинарах	5,4
На тренинговых занятиях	3,2
Стажировки	3,2
Самоподготовка	5,4
Другие формы	2,2
Не проводилось	47,3
Не ответили	22,5

*Прошли всего (чел.):

- Стажировку — 237;
- Семинары — 168;
- Курсы повышения — 68;
- Самоподготовку — 93;
- Тренинги — 279.

Распределение ответов на вопрос 16: «Улучшились ли условия для малого предпринимательства в нашем городе за последние 5 лет?» (в % к числу опрошенных).

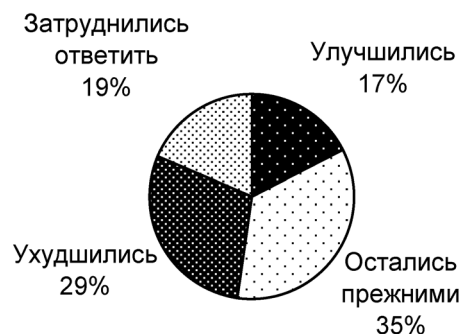


Рис. 6.

Распределение ответов на вопрос 17: «Что в наибольшей мере тормозит развитие малого предпринимательства в современной Украине» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить не более 5 вариантов).

Таблица 11

Факторы, тормозящие развитие малого предпринимательства	%
Слабая поддержка государства	80,6
Бюрократическая волокита с документами	59,1
Скудность финансовых ресурсов	39,8
Невозможность или трудность получения кредита	40,9
Давление преступных элементов	12,9
Враждебность населения к малому бизнесу	6,6
Неразвитая предпринимательская этика в стране	39,8
Другие ответы*	6,5

*Среди других ответов были: экономическое законодательство; экономическая нестабильность; коррупция; низкая инициативность населения; высокие налоги.

Распределение ответов на вопрос 18: «Ощущаете ли вы себя защищенным в своем городе?» (в % к числу опрошенных).

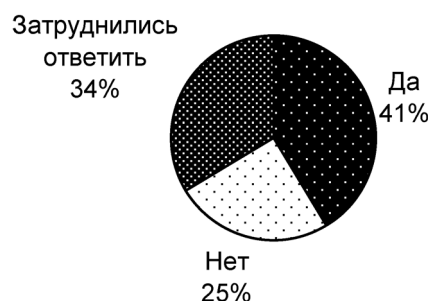


Рис. 7.

Распределение ответов на вопрос 19: «Отметьте 5 наиболее важных для вас ценностей» (в % к числу опрошенных, респондент мог отметить несколько вариантов).

Таблица 12

Ценности	%
Патриотизм	22,6
Свобода	52,7
Общественная справедливость	34,4
Вера в бога	16,1
Честность и порядочность	62,4
Семья	63,4
Материальное благополучие	75,3
Любовь	35,5
Авторитетность	36,6
Лидерство	40,0
Здоровье	74,2

ВЫВОДЫ

1. Подавляющее большинство исследованных предприятий Днепропетровска имеет от 3 до 10 человек за-

нятых. Почти 80 % предприятий — частные, 12 % — коллективные, 4 % — государственные, 5 % — другого типа. *Среди других типов предприятий назывались: ООО, кооператив. В выборке были представлены предприятия различных видов деятельности. Основными продуктами деятельности исследованных предприятий являются товары и услуги. *Среди других продуктов назывались: работа, продажа и аренда недвижимости, культурные развлечения.

2. Результаты опроса показали, что конкретными целями исследованных предприятий, по мнению их руководителей, является получение прибыли либо увеличения объема продаж (поровну). *Среди других целей назывались: снабжение предприятий необходимой продукцией, услугами; привлечение новых потребителей; выживание; чтобы удержаться на плаву.

3. Наиболее распространенной стратегией исследованных предприятий чаще всего является выживание (более половины предприятий). Треть предприятий придерживается стратегии ускоренного роста. 3 % использует сочетание стратегий (*Называлось сочетание таких стратегий: выживание и рост; рост + повышение качества и надежности). Столько же реализует стратегию постепенного сворачивания.

4. Подавляющее большинство респондентов уровень качества продукции своих предприятий оценивает как высокий. Только 1 % респондентов назвал низким уровень качества своей продукции.

5. Предприятия используют самые разные виды рекламы своей продукции, но чаще всего рекламу в прессе. *Кроме тех видов рекламы, которые перечислялись в анкете, также назывались: Интернет (10 чел.); личные встречи; работа с каталогами; консультационные (от клиента к клиенту); адресная. Среди форм сбыта продукции наиболее популярной оказалась личная продажа.

6. Для половины предприятий основной динамикой за последние годы является стабильное состояние. Для четвер-

ти — повышение прибыли, для остальных — снижение прибыли. Называлась также синусоидальная динамика.

7. Две трети респондентов считают, что существующая система налогообложения не способствует развитию малого бизнеса, 1/3 — что способствует. Анализ деятельности своих предприятий осуществляет большинство руководителей примерно раз в месяц, четверть — еженедельно, 10 % — ежедневно. Среди документов, регламентирующих деятельность персонала, чаще большинство руководителей использует контракты, половина — должностные инструкции. Среди методов подбора персонала наиболее популярными являются собеседования, хотя многие используют также резюме и испытания.

8. На половине предприятий за последние 3 года проводили обучение персонала в разных формах. *Прошли всего (чел.):

- стажировку — 237;
- семинары — 168;
- курсы повышения — 68;
- самоподготовку — 93;
- тренинги — 279.

9. Ответы на вопрос: «Улучшились ли условия для малого предпринимательства в нашем городе за последние 5 лет?» оказались абсолютно неоднозначными.

10. Среди причин, тормозящих развитие малого предпринимательства, чаще всего назывались: слабая поддержка государства, бюрократическая волокита с документами, скудность финансовых ресурсов, невозможность или трудность получения кредита, неразвитая предпринимательская этика в стране, давление преступных элементов. Четверть респондентов отметили, что не ощущают себя в безопасности в своем городе.

11. Наиболее популярными среди руководителей предприятий ценностями являются (по порядку): материальное благополучие, здоровье, семья, честность и порядочность, свобода. К сожалению, такие важные для бизнеса ценности, как лидерство и авторитетность, для большинства опрошенных не являются наиболее важными.