

Н.Н. Чмыр

Полесский государственный университет, nikola7@list.ru

Для большинства бизнесменов основным препятствием для развития бизнеса является кадровый барьер. В качестве наиболее актуальных кадровых проблем отмечаются недостаток квалификации работников предприятия, и низкий уровень профессиональной подготовки выпускников учреждений образования.

Инструменты, при помощи которых белорусские бизнесмены преодолевают внутренние кадровые барьеры, предполагают использование собственных ресурсов предприятия, аутсорсинг и другие внешние источники.

Наиболее часто используемыми на белорусских предприятиях инструментами являются: создание и поддержание дружественной атмосферы в организации, мероприятия по сплочению коллектива, использование собственного отдела кадров для подбора персонала, предоставление возможностей для личностного развития и самореализации сотрудников и разработка и внедрение специальных систем мотивации сотрудников. Реже бизнесмены прибегают к услугам кадровых агентств, для подбора персонала.

Существует статистически значимая связь между повышением квалификации сотрудников при помощи внешних ресурсов и успешностью предприятия. Однако это может означать либо то, что хорошее экономическое положение позволяет обучать сотрудников либо то, что обучение сотрудников приводит к улучшению положения предприятия.

В более крупных компаниях чаще используются такие инструменты управления человеческими ресурсами как увольнение сотрудников и найм новых на их места, а также аттестация сотрудников: очевидно, что такие компании в меньшей степени могут полагаться на индивидуальный подход к работникам, поэтому допускают больший уровень текучести кадров и применяют централизованную проверку их квалификации.

Вопрос образования и квалификации работников является одним из наиболее актуальных и для владельцев, и для управленцев бизнеса. 3/4 бизнесменов считают высшее образование необходимым для руководителей высшего уровня и более половины – для менеджеров среднего и низового уровней. К топ-менеджерам предъявляются достаточно высокие требования. Считается, что топ-менеджерам необходимо получать повышение квалификации и важно иметь степень MBA. Для менеджеров среднего и низового уровней повышение квалификации является практически таким же значимым, как и для руководителей высшего уровня, но при этом требования к наличию у них среднего специального образования выше.[1]

Наряду с кадровым барьером белорусские бизнесмены очень часто сталкиваются с финансовыми препятствиями для развития собственного бизнеса. Ключевым аспектом этой проблемы является дороговизна и недоступность заемных средств, которые необходимы для роста и повышения эффективности предприятия. Достаточно часто бизнесмены сталкиваются и с неправильным и неэффективным управлением финансами, при этом финансовый директор есть только на 23% предприятий.[2]

Наиболее распространенным инструментом управления финансами является использование внутренних финансовых ресурсов организации. Также значительное количество бизнесменов пользуются такими инструментами как использование банковских кредитов и оценка финансовых рисков на рынках.

При улучшении экономического положения увеличивается частота использования обучения как средства преодоления финансового барьера.

Кроме связи с экономическим положением существует и связь инструментов с размером предприятия. Во-первых, предприятия большего размера чаще используют банковские кредиты. Во-вторых, у них чаще существует система бюджетирования, необходимость в которой закономерно возникает при увеличении численности сотрудников и подразделений компании.

Финансовый барьер чаще всего выражается не через внутренние, а через внешние ограничения, такие как валютное регулирование, нестабильность и непредсказуемость рынков и прочее.

Эффективное управление предприятием является залогом успешности всей компании. Самыми слабыми местами для тех, кто видит в своей компании управленческий барьер, являются отсут-

стве четкой концепции и стратегии деятельности. Одним из важнейших аспектов управленческого барьера являются отношения между управленцами и собственниками. Это может проявляться в неэффективном делегировании некоторых управленческих функций директору или постоянном контроле и вмешательстве собственника в процесс управления.

На тех предприятиях, где есть наемный руководитель, преимущество в решении оперативных задач принадлежит менеджерам, а решение стратегических – собственникам. Однако в 17,2% компаний собственники и управленцы занимаются решением и тех, и других задач. При этом собственники значительно вовлечены в решение оперативных вопросов и более половины менеджеров принимают участие в решении стратегических вопросов.

Стратегическое планирование также является одной из наиболее сложных проблем для белорусских бизнесменов. Горизонт планирования у 63,1% организаций не превышает 1 года, 16% предприятий имеют горизонт планирования до 3 лет, 12,5% – более 3 лет, а 6,7% вообще не планируют свою деятельность.[2]

Определение стратегии и долгосрочных целей предприятия для значительного числа бизнесменов представляется самой сложной задачей.

Наиболее часто используемым инструментом преодоления управленческого барьера является регулярное изменение стратегии при неэффективности действующей.

В планах у представителей бизнеса в основном повышение квалификации менеджеров для преодоления управленческого барьера, что достаточно закономерно, учитывая, что все остальные проблемы в управлении возникают из-за недостаточной компетентности менеджеров или даже собственников.

Маркетинговый барьер проявляется в основном в недостатке необходимой информации для понимания специфики рынка, а также в низкой квалификации специалистов по маркетингу. Наиболее популярными маркетинговыми инструментами среди белорусских предприятий являются: анализ информации из СМИ и Интернета, анализ статистической информации, проведение маркетинговых и социологических исследований при помощи внутренних ресурсов предприятия и использование услуг маркетолога, работающего на предприятии.

В планах по использованию маркетинговых инструментов на первом месте находится повышение квалификации маркетологов при помощи внешних образовательных ресурсов, а также использование маркетинговых и социологических исследований для получения информации необходимой для повышения эффективности предприятия.

Для многих представителей бизнеса управление логистикой является очень важной задачей и предполагает использование специальных процедур и инструментов.

Для управления логистикой представители бизнеса чаще выбирают инструменты, которые предполагают оптимизацию складского хозяйства и управление запасами и прогнозирование спроса на продукцию в среднесрочной и краткосрочной перспективе. Достаточно много внимания уделяется образованию логистов, что отражается и в планах бизнесменов.

С препятствиями развития бизнеса в управлении производством сталкиваются практически все, кто работает в соответствующей отрасли. Среди прочего – это нехватка и нерациональное использование производственных мощностей, низкая квалификация специалистов по производству. Все инструменты управления производством используются значительным количеством бизнесменов. Наиболее распространенными являются внутренние: повышение качества продукции, планирование загрузки производства под актуальные потребности рынка и поиск альтернативных источников более дешевого сырья. Стоит отметить значительную долю тех, кто использует образование как способ преодоления препятствий для развития бизнеса, связанного с производством.[1]

Список использованных источников:

1. Ведение бизнеса – 2016, оценка качества и эффективности регулирования [Электронный ресурс] <http://russian.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2016> Дата доступа 20.02.2016г.
2. Урютина, Д., Михайлова, И. Внутренние барьеры развития частного бизнеса в Беларуси, Дискуссионный материал, Исследовательский центр ИПМ. [Электронный ресурс] <http://research.by/publications/wp/1502/> Дата доступа 20.02.2016г.