

Особенности мотивации развития бизнеса в современных условиях*

© 2011 И.Б. Юленкова

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, г. Саранск
E-mail: fishann7@mail.ru

В статье определены проблемы функционирования предприятий малого бизнеса; выявлены особенности мотивации развития бизнеса в современных условиях.

Ключевые слова: предпринимательство, капитал, мотивация, финансовая устойчивость, льготы, ликвидность.

Малое предпринимательство - сложный и многообразный феномен, развитие его отдельных видов по-разному воздействует на экономику. Сделаем попытку классификации видов малого предпринимательства с точки зрения условий, мотивации и перспектив его деятельности.

Исторически малое предпринимательство представляло собой самостоятельную хозяйственную деятельность, ориентированную на локальный рынок товаров и услуг. Его капитал был ограничен, собственник и предприниматель совмещены в одном лице (лицах). Такие предприятия были независимы от крупного капитала, платили налоги, не нуждались в поддержке государства и не кооперировались между собой. Это классическое малое и среднее предпринимательство.

Сферы деятельности традиционного малого бизнеса - мелкосерийное и индивидуальное производство товаров, розничная торговля, гостиничное хозяйство и общественное питание, строительство, транспорт, здравоохранение. Это первый вид малых предприятий, необходимое звено в первоначальном накоплении капитала и распространении рыночных отношений. Именно подобные малые предприятия стали экономическим фундаментом мелкой и средней буржуазии - массовой опорой капитализма, буржуазной демократии и местного самоуправления. Данный вид предпринимательства широко распространен и в настоящее время. В развивающихся странах он представляет собой чрезвычайно важный элемент хозяйственной жизни провинции.

Гарантией существования такого типа малых и средних предприятий выступают местные природные условия (местные виды сельскохозяйственной продукции, природных материалов), предпочтения потребителей, традиционная специализация. Данный вид предпринимательства будет существовать и процветать всегда: круп-

ные производители не могут его вытеснить, так как ресурсы и спрос носят локальный и часто специфический характер, они не дают простора для массового производства. Перспективы развития предприятий этого вида зависят от роста покупательной способности местного населения, развития туризма. Вместе с тем оно сдерживается налоговым бременем, возлагаемым на них государством. По мере изменений в структуре потребностей населения региона меняется и структура местного малого бизнеса.

Отличительные черты данной группы предприятий - это накопленный семейный капитал в основе дела, зависимость в первую очередь от местных рынков, отсутствие склонности к перемещению капитала в другие виды деятельности или регионы.

Указанная группа малых предприятий была полностью уничтожена в России в ходе социалистических преобразований и заменена местной промышленностью и потребительской кооперацией.

Другой проблемой местного (традиционного) малого предпринимательства является нарушение преемственности поколений. Лучшим хозяином пекарни будет наследственный пекарь. Подобная потомственная предпринимательская преемственность в большей степени сохранилась в бывших социалистических странах Восточной Европы и Балтии.

Второй, самый массовый вид малого и среднего бизнеса - это поставщики комплектующих и услуг для крупных предприятий. Известно, что у крупнейших электротехнических, электронных, автомобильных монополий есть сотни тысяч поставщиков, в том числе малых и средних фирм, и, кроме того, миллионы малых компаний в мире осуществляют обслуживание и ремонт их изделий. Этот вид малого предпринимательства необходим для нормального функционирования экономики. По мере роста производства, разделения труда и развития научно-

* Статья публикуется при финансовой поддержке РГНФ □11-12-13001 а/В.

технического прогресса его масштабы будут увеличиваться. Однако их сбыт целиком зависит от закупок крупных заказчиков или обслуживания фирменных изделий. От единственного поставщика или покупателя зависят сбыт или получение оптовых партий товаров (например, запчастей), технические консультации, часто кредитование малого предприятия.

Развитию данного вида предпринимательства способствуют новые формы торговли, в частности франчайзинг. В России у таких предприятий огромные перспективы, так как для повышения эффективности отечественной экономики более глубокое разделение труда и развитие сервисных услуг совершенно необходимы.

Характерные черты второго вида предприятий - недостаточный собственный капитал, сильная зависимость от главного партнера, от его ценовой, кредитной, научно-технической политики, вообще от его судьбы. Этим обусловлены неустойчивость таких предприятий, их болезненная реакция в первую очередь не на состояние рынка вообще, а на положение и хозяйственную политику главного партнера. Предприятия данного вида легче, чем действительно независимые, меняют сферу и место своей деятельности.

Третий вид - относительно небольшая и практически не существующая в нашей стране группа малых и средних акционерных и паевых обществ, по сути являющихся формой производственной кооперации. В Скандинавских странах более 9 % всех фирм охвачены разными формами кооперации. Распространена она и в других странах Европы, в Северной Америке, Австралии. Не желая уступать часть прибыли предприятиям пищевой промышленности, оптовым поставщикам, фермеры создают на долевой основе молокоперерабатывающие, сыроваренные, винные, консервные заводы, холодильники, лесопилки, компании для закупки машин и удобрений. Кооперация проникает в самые разные сферы экономики: существуют кооперативные строительные компании, объединения, покупающие и сдающие в аренду дорогостоящую технику. Объединение нескольких адвокатов или врачей разной специализации также выступает как малая или средняя кооперативная компания.

Такие компании поддерживают конкуренцию в стране, стабилизируют цены, увеличивают занятость и налоговую базу, в том числе местных бюджетов, способствуют развитию местной экономики и народного хозяйства в целом. До полного развития кооперативного предпринимательства в России - длинный путь становления фермерства, накопления капитала в сельском хозяйстве, формирования кооперативных банков,

местных союзов представителей свободных профессий.

Характерные черты кооперативных предприятий - финансовая устойчивость и ориентация на местный рынок и поставщиков. И то и другое гарантировано, так как поставщики, а часто и покупатели являются совладельцами этих предприятий. Увеличения доли кооперативных предприятий в малом бизнесе ожидать не приходится: в развитых странах они заполнили свою нишу.

В условиях переходного периода от плановой к рыночной экономике возник и получил широкое распространение специфический вид малого предпринимательства. Одной из форм легализованного перераспределения национального дохода, произведенного в государственном секторе экономики, в пользу частных лиц, имевших непосредственное отношение к управлению государственными объектами, было создание малых предприятий, которые практически ничего не производили. В условиях товарного дефицита они покупали на государственных предприятиях товары по заводским (трансфертным) ценам и, в лучшем случае упаковав и приклеив свою этикетку, продавали их по рыночным ценам. Большинство заводов - производителей пользующихся спросом товаров (от сырья до готовых изделий) были буквально облеплены малыми компаниями-реализаторами. Многие сегодняшние российские миллиардеры сделали на этом свой стартовый капитал. Малые предприятия, специально созданные для торговли с крупными комбинатами по трансфертным ценам, с согласия и при участии их руководства были одним из инструментов грабежа. После этого крупные предприятия часто оказывались на грани банкротства.

Экономический смысл паразитической деятельности данных фирм - перевод прибылей, а иногда и части оборотного капитала, амортизационных отчислений с крупного государственного или приватизированного предприятия на счета заинтересованных лиц или подставных компаний. Успех подобных предприятий мало зависит от состояния рынка и рентабельности крупного предприятия-жертвы. Малые посреднические фирмы такого вида порождены интересами и возможностями собственников, директоров, криминальных кругов, преследующих краткосрочные цели личного обогащения, слабостью законодательства и судебной системы. Остается надеяться, что по мере укрепления правовой базы экономики и неукоснительного исполнения принятых законов такое предпринимательство исчезнет из российской действительности.

Пятый вид малых предприятий распространен в странах, где малый бизнес пользуется зна-

чительными льготами со стороны государства. Это псевдопредпринимательство, поскольку его цель – не расширенное воспроизводство капитала, а исключительно экономия на налогах¹. Этот вид предпринимательства в ближайшее время может широко распространиться и в России.

Таким образом, поддержка малого бизнеса должна быть адресной. При возникновении большой разницы в налоговом бремени у малого и крупного бизнеса ради достижения декларированных целей государственной экономической политики надо сделать так, чтобы льготы достались действительно малым предприятиям, а не перерегистрированным подразделениям крупных компаний.

Зарубежные и отечественные экономисты сходятся во мнении, что малые предприятия выступают удобной формой организации бизнеса, являясь важнейшим системообразующим элементом в финансовой системе любого развитого государства, обеспечивающим значительный вклад в формирование макроэкономических показателей.

Так, на 1 января 2008 г. удельный вес малых предприятий в валовом внутреннем продукте США составлял 50 - 52 %, Японии - 52 - 55, Китая - 60, Италии - 57 - 60, Германии - 49 - 52, Великобритании - 50 - 53 %. Страны постсоветского пространства демонстрируют иные результаты: удельный вес в валовом внутреннем продукте малых предприятий России составлял 10 - 12 %, Украины - 4,8, Республики Беларусь - 6,7 %.

Кроме того, в экономически развитых странах малые предприятия выступают крупнейшим работодателем. Так, на 1 января 2008 г. доля работников, занятых на малых предприятиях, в США составляла 54 %, в Японии - 78, в Китае - 75, в Италии - 73, в Германии - 70, в Великобритании - 49, в Венгрии - 67 %. В России их удельный вес составлял 16,0 %, в Украине - 19,6, в Республике Беларусь - 10,5 % от общего количества экономически активного населения².

Таким образом, говорить о влиянии сектора малого бизнеса на экономику России, Украины и Республики Беларусь достаточно сложно. Возникает вопрос: почему?

По утверждениям аналитиков, малые предприятия во всем мире объединяет одна особенность – это склонность к быстрому разорению. Так, в течение первых пяти лет осуществления деятельности 7 из 10 предприятий малого бизнеса становятся банкротами. Другая часть не исчезает, а сворачивает капитал и переключается на производство иных видов товаров, работ, услуг, из чего вытекает одна из важнейших особенностей малых предприятий, выгодно отличающая их

от крупных, – это способность быстро переориентировать производство, переключиться на другой, более доходный вид деятельности. Именно данная особенность определяет значимость для малых предприятий организации системы финансового менеджмента, позволяющей учесть их особенности и риски, обеспечить платежеспособность, ликвидность и финансовую устойчивость.

Малое предприятие от крупного отличается целями и задачами, которые оно создано решать. Малые предприятия реализуют предпринимательский интерес и инициативу собственника, который чаще всего выступает и руководителем, и генератором идей, и финансовым управляющим. Соответственно, многие решения по вопросам деятельности данного предприятия основываются на мнении собственника-руководителя. Если перед крупным предприятием ставятся задачи максимизации стоимости компании, улучшения показателей капитализации, роста курсовой стоимости акций, то малое предприятие создается для реализации амбиций собственника, которые могут заключаться в том, что он ставит перед собой цели:

- а) быть самостоятельным, хозяином самому себе;
- б) быть полезным обществу;
- в) реализовать свои организаторские способности;
- г) улучшить, максимизировать свое благосостояние.

В выборе источников финансирования малый бизнес ограничен. Основным источником являются вклады собственников, поскольку для привлечения первоначального капитала они не могут позволить себе выпуск акций, а получение банковского кредита достаточно затруднено, особенно на этапе создания предприятия. Отсюда вытекает особенная структура источников финансирования малых предприятий: средства собственника около (60 - 70 %), средства, полученные им от других частных лиц, также кредиторская задолженность, в лучшем случае – средства фондов поддержки малого предпринимательства, бюджетные средства, банковские кредиты.

Свою деятельность малые предприятия осуществляют по производству и реализации продукции, работ, услуг, следовательно, для достижения максимальной прибыли предприятие должно реализовывать именно то, что в данный момент необходимо рынку. Таким образом, возникает необходимость в проведении маркетинговых исследований, что требует значительных денежных вложений и затрат времени, которыми малые предприятия обычно не располагают. Поэтому вопрос о продукции, объемах ее производства, реализации обычно решается следую-

щим образом: производим то, что заказывают; оказываем те услуги и производим такие работы, которые востребованы. В таком подходе можно отметить и положительные черты - малые предприятия лучше знают своих клиентов, не жели крупные; могут своевременно подстроиться под изменившиеся условия и конъюнктуру рынка, т.е. являться более конкурентоспособными, нежели крупные предприятия.

Из всего вышесказанного вытекает еще одна важная особенность малых предприятий - особенная структура управления. Как правило, управление данным предприятием по всем направлениям - основной, финансовой и инвестиционной деятельности - осуществляется на основании знаний и решений руководителя. В структуре малых предприятий нередко отсутствуют финансовые службы, управление финансами производится бухгалтером, который реализует интересы собственника, отсюда вытекают двойная бухгалтерия, черный нал, прочие незаконные способы ухода от налогов.

Однако отрицать тот факт, что на уровне руководителя все же ведется минимальная финансовая работа, нельзя. Вряд ли найдется руководитель, который хотя бы приблизительно в начале каждого месяца не планирует поступление доходов, не определяет направления расходов, не решает, хватит ли ему средств (осуществление примитивного финансового планирования). Также вряд ли найдется руководитель, который не осуществляет контроль за деятельностью подчиненных, которого не будет интересовать, почему не получена запланированная им сумма прибыли к концу месяца, и пр. (осуществление контроля и анализа деятельности). Но в большинстве случаев руководитель не имеет соответствующего экономического образования, и это не позволяет ему принимать обоснованные и просчитанные управленческие решения, что также можно признать причиной краха большого числа малых предприятий.

На данный момент существуют три способа организации структуры управления финансами малого бизнеса.

1) совмещение должностей главного бухгалтера и финансового менеджера в одном лице. В данной ситуации затраты на содержание финансовой службы снижаются, однако ухудшается качество принимаемых решений;

2) создание отдельного финансового отдела, привлечение финансового менеджера. Это требует значительных затрат, так как специалисты по финансам стоят дорого, а привлечение малоопытного и неквалифицированного финансиста чревато плохими последствиями;

3) передача финансового управления в специализированную организацию, так называемый аутсорсинг. К положительным сторонам аутсорсинга относится высокое качество решений, к отрицательным - отсутствие выбора аутсорсинговых компаний на рынках стран.

Подводя итоги вышесказанному, важно отметить, что именно малый бизнес может реализовать национальные интересы стран постсоветского пространства, способствовать развитию конкуренции и обеспечению занятости населения, поэтому в его отношении необходимо проводить эффективную политику государственной поддержки через оптимизацию налогообложения, создание возможностей для облегчения процедур получения и использования заемных ресурсов, предоставление финансовых льгот и привилегий вновь создающимся и уже действующим малым предприятиям, консультирование и информационное обеспечение, развитие инкубаторов малого предпринимательства и инновационных центров. Кроме того, важнейшим внутренним фактором эффективной деятельности малых предприятий должна стать разработанная система финансового менеджмента, учитывающая вышеперечисленные особенности, ориентированная на достижение цели их функционирования.

¹ Ефимычев Ю.И., Стрелкова Л.В., Лучинкин В.М. Малый бизнес: монография. Н. Новгород, 2006.

² Шустова Е.А. Об организации статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства // Вопр. статистики. 2008. □ 1. С. 3- 6.

Поступила в редакцию 06.05.2011 г.