

DOI: 10.14451/1.219.116

Стратегия поведения малого и среднего бизнеса в период инфляции в Грузии

© 2023 **Ованоглян Рипсима Сергеевна**

магистр, кафедра финансов, кредита и денежного оборота. Ереванский государственный Университет Армении, Ереван.

E-mail: ripsovanoghlyan@gmail.com

Ключевые слова: инфляция; малый бизнес; инфляционные ожидания; потребительские цены; региональная экономика.

В статье рассмотрен основной метод стратегий на основе статистических данных средних и малых компаний в конкретных городах Грузии. Автором статьи доказано, что в условиях кризиса и изменения уровня инфляции эффектуационный подход или антикризисная стратегия является ключевым инструментом в развитии малого и среднего бизнеса, ключевой характеристикой которого является принцип непредвиденных обстоятельств. В борьбе с кризисной ситуацией предприятия используют всевозможные ресурсы для выхода из трудного положения.

В результате исследования, предложенный эффектуационный подход, ключевая модель в борьбе с инфляцией, которая основана на творчестве, может быть применен менеджерами и топ-менеджерами компаний в принятии управленческих решений. Данное предложение открывает возможность применения данных стратегий в период кризиса в стране.

В целом, предпринимательство — одна из движущих сил современной экономики, где бизнес-среда в своей современной форме характеризуется высокой степенью неопределенности. Так, непредсказуемая внешняя среда современных предприятий является основным источником возникновения различного рода кризисов.

Инфляция, как один из видов финансовых рисков, обладает высоким динамизмом и непредсказуемостью, негативно влияет на производительность организаций.

По своей сущности «инфляция» — это снижение покупательной способности денег, которая проявляется исключительно в росте цен [7].

Цель настоящей статьи заключается в разработке стратегии и подхода малых и средних предприятий в условиях кризиса и изменения уровня инфляции для оптимизация финансовых результатов. В основу данного подхода лег принцип непредвиденных обстоятельств, т. е. необходимость их прогнозирования и минимизации последствий. Можно предполагать, что инфляция ярче всего проявляется в росте потребительских цен на региональном уровне. Однако ее не стоит рассматривать так узко, так как негативное влияние оказывается не на отдельные хозяйствующие субъекты, а на весь сектор частного бизнеса в разных его формах.

Стратегия поведения по большей части состо-

ит в их развитии как на государственном, так и на региональном уровне [7]. Развитие малого бизнеса требует усилий по минимизации негативного действия роста потребительских цен и разъяснительной работы в предпринимательстве для сокращения инфляционных ожиданий.

Деятельность малого и среднего бизнеса регулируется посредством Налогового кодекса Грузии [8].

Большая часть предпринимателей стараются соблюдать меры, которые вводятся на государственном уровне, что стало затруднительно. Так, наблюдаются проблемы с изменением цен, а также зарплатных ожиданий работников. Все это становится сложнее отражать в отчетности.

В качестве примера приведем опрос, который был проведен автором в 2021 году среди 500 владельцев малого и среднего бизнеса таких городов как Тбилиси, Хашури, Ахалцихе, Ахалкалаки и др., с помощью гугл-форм была собрана информация, из которой было выявлено следующее: с ростом цен столкнулось около 95% опрошенных, что привело к росту зарплатных ожиданий, однако нанимать персонал стало сложнее, о чем сообщили 76% опрошенных. Рост трат на транспорт отметили 92% предпринимателей.

Предпринимателями были выделены события, которые оказали негативное воздействие на их бизнес, где инфляция занимает первое место, так как, в первую очередь, снизились доходы населения по причине локдауна. Далее, негативное влияние оказал фактор закрытия границ, воздействие кредитной нагрузки и конкуренция со стороны цифровых сервисов.

Перейдем к анализу влияния инфляции и всех ее составляющих на поведение малого и среднего бизнеса в Грузии. Наряду с огромным количеством проблем малый бизнес имеет ряд своих преимуществ, в первую очередь гибкость приспособления к рыночной конъюнктуре. С 2018 года с 1 июля были внесены изменения в Налоговый кодекс Грузии, согласно которым процент налогообложения составил 1% от реализованного товара или услуги, а максимальный

порог доходов повысился до 500 000 лари [8], так как малый бизнес не смог бы развиваться в экономике так же эффективно без поддержки государства, которая подвержена кризисным явлениям. Однако в 2021 году инфляция в Грузии выросла до 14%, что не могло не сказаться на бизнес-секторе [10]. Инфляция, как обнаруживается, может представиться в качестве одного из триггеров, который определяет состояние малого бизнеса в Грузии.

В ожидании роста цен, компании досрочно начинают повышать цены на собственную продукцию, так как нужны дополнительные ресурсы для приобретения. Потребители покупаются товарами, что увеличивает спрос на рынке, увеличивается дефицит товара на рынке и в свою очередь способствует росту цен. Ослабление национальной валюты также приводит к росту цен импортируемых товаров. Таким образом, вырастает коэффициент инфляции.

Валовый внутренний доход снизился к 2021 году на 10,4%, однако вырос уровень инфляции и уровень безработицы.

Большинство грузинских компаний в условиях экономического кризиса испытали рост турбулентности и уровня неопределенности. К апрелю 2020 г. были закрыты все заведения, как правило, малого и среднего бизнеса за исключением продовольственных магазинов, аптек, банков и некоторых других объектов стратегической важности. В соответствии со статистикой предприятий Грузии в 2020 г. выпуск продукции снизился с 47,5 до 46,2 млрд лари. Произведенная добавленная стоимость снизилась с 23,3 до 22,3 млрд лари, вместе с тем следует отметить и положительные тенденции – оборот предприятий вырос со 109 до 114,3 млрд лари, а расходы на оплату труда снизились с 10 до 9,8 млрд лари [9].

В 2020 г. было на неопределенное время закрыто около 61% предприятий малого и среднего бизнеса, к примеру, оборот туристической сферы страны упал на 65% [5].

Устоявшиеся на сегодняшний день малые и средние предприятия страдают от собственной

уязвимости, которая выражается в слабости и непривычности проведения переговоров с заинтересованными сторонами.

В кризисе данных предприятий активное влияние оказывает сложность получения финансирования.

В отличие от крупных предприятий малый и средний бизнес имеет ряд ограничений по внешнему банковскому финансированию по причине высоких банковских процентных ставок и сильного вмешательства в управление бизнесом [15].

Неопределенность предприятий способствовала развитию стратегических позиций, а именно разработок новых методов «выживания». Рыночные отношения предопределяют системы формирования доходов, изменение стратегий деятельности фирм и соответственно требования времени [3].

Это отвечает казуальной логике в ходе принятия управленческих решений, где укреплению позиций предприятий в устоявшейся бизнес-среде способствует тщательно проработанный план. Так развиваются внутрифирменные бизнес-процессы, а также пути реализации продуктов и услуг.

Минимальная степень неопределенности порождает формирующую стратегию, так как не установлена оптимальная стратегия для компании [2].

Стратегическое поведение малого и среднего бизнеса или же наличие стратегических позиций возлагается на топ-менеджеров предприятий, которые в результате своей активной деятельности позволяют обнаружить перспективные направления развития бизнеса и создают представления о будущей перестройке структуры отрасли.

Данная позиция всецело согласуется с трансформационным подходом в ходе принятия решения, где предприятия создают новые рынки, основываясь на ситуациях полной неопределенности и кризиса.

Эффективным инструментом в период роста уровня инфляции являются возможности, которые проявляются в результате неожиданных изменений, что позволяет малым и средним предприятиям удержаться и конкурировать на рынке. Кризис для любой компании становится толчком для поиска новых возможностей, которые позволяют поддержать свое конкурентное преимущество. В этом и заключается наиболее эффективная стратегия, которая отражает суть эффектуационного подхода, ключевой характеристикой которой является принцип непредвиденных обстоятельств. В любой неопределенности предприятия используют всевозможные ресурсы для выхода из кризисной ситуации.

Данный подход можно назвать антикризисный, который среди малых и средних предприятий формируется посредством воздействия когнитивных и поведенческих характеристик деятельности топ-менеджеров с учетом ресурсов фирм.

Точное восприятие топ-менеджментом состояния внешней среды напрямую связано со стратегическим поведением фирмы, в то время как малым и средним компаниям предоставляются новые возможности в период кризиса.

Так как во время кризиса и нестабильности в стране для принятия решений аналитический подход к планированию становится бесполезным действием, увеличивается роль альтернативных моделей принятия решений. Одной из альтернативных моделей является модель эффектуации. Именно от использования эффектуации, благодаря своей гибкости в принятии решений и способности к быстрому восстановлению, малые и средние фирмы оказываются в выигрыше.

Эффектуационный подход базируется на оценке уже имеющихся ресурсов и возможностей, и сопоставления их с издержками покрытия негативных результатов в условиях неопределенности [11]. В условиях финансового кризиса данная модель стала еще более актуальной, когда многие организации нуждаются в государственной поддержке, а решение проблемы

находится в самой компании [4].

Для эффективной политики малого и среднего предпринимательства необходим регулярный контроль всей комплексной системы, который позволит вовремя обнаружить проблемные стороны компании.

В настоящее время ситуация рассматривается не только как кризис, который нужно выстоять, но и как возможности перед предпринимателем. Именно в период кризиса можно выявить меры по ослаблению регулирования деятельности вновь созданных предприятий, по облегчению доступа к финансированию и по улучшению и укреплению контроля и поддержки кадровой политики с использованием эффектуационного метода. Теория эффектуации объясняется как понимание и изучение логики каких-либо действий предпринимателя [12].

Данный метод не особо осуществлялся предприятиями Грузии, так как он не считается полностью изученным. Данная программа контролировалась в период исследования, и проводились регулярные опросы и обсуждения с участием предпринимателей.

В настоящее время разработка мер стимулирования малых и средних предприятий и предпринимательства является в особенности приоритетом развивающихся стран, и данный вопрос привлекает все больше и больше внимания как на национальном, так и на международном уровне [1].

С целью повышения степени участия заинтересованных сторон в исследованиях и реализации данного метода и для внедрения его в предпринимательский сектор был осуществлен ряд инициатив. По результатам мониторинга выполнения программы стратегии развития малого и среднего бизнеса в Грузии в 2016–2020 гг. средний рост показателей таких предприятий составил 25–30% [6].

Кроме того, благодаря данной стратегии реальные предприниматели действуют и добиваются успехов и при экономических спадах, находят

все возможные варианты удовлетворения потребительских запросов.

Альтернативой эффектуационного подхода является каузация. Каузационный подход подразумевает принятие решений, которые основаны на предварительном исследовании [16].

Таким образом, при эффектуационном подходе у бизнеса появляется более реалистичная картина возможных последствий, отталкиваясь от имеющихся средств, спрогнозированы все возможные результаты, рассмотрены и проанализированы альтернативы, что дает предприятию очевидное преимущество в условиях неопределенности.

Период кризиса и является периодом неопределенности. И во многих случаях организация не владеет достаточной информацией для объективной оценки. В этом случае решения принимаются в условиях неопределенности, при всех возможных исходах неопределенности предприятие определяет максимально эффективный для себя результат сообразно своим средствам и возможностям, важно при этом стремиться создать новую ценность, что даст явное преимущество в заданных условиях [5]. К примеру, наряду с простым многими сферами бизнеса во время пандемии, произошел подъем услуг, связанных с дистанционным обслуживанием населения (доставка, Интернет-сервисы, производство защитных масок и дезинфицирующих средств). Предприятию следует искать нишу и укрепляться в ней.

Основной вклад данного исследования в поиск путей снижения последствий кризиса малыми и средними предприятиями связан с теоретическим обоснованием эффектуационного подхода и результатов деятельности компаний малого и среднего бизнеса [13].

В заключение данной статьи отметим, что в условиях кризиса и изменения уровня инфляции эффектуационный подход или антикризисная стратегия является ключевым инструментом в развитии малого и среднего бизнеса, ключевой характеристикой которого является принцип

Таблица 1. Характеристика концепций: эффектуация и каузация [12].

Эффектуационный подход	Каузационный подход
Определённая совокупность средств	Установленная цель для достижения
Совокупность достижимых результатов	Альтернативные средства для достижения цели
Ограничения ожидаемых результатов	Ограничения средств
Альтернативы ожидаемых результатов	Альтернативы средств (максимизация дохода)

непредвиденных обстоятельств, где предприятия используют всевозможные ресурсы для выхода из кризисной ситуации, учитывая при этом все возможные результаты, здесь возможны три вида прогнозов: базовый, оптимистический

и пессимистический.

Малое и среднее предпринимательство должно стать основой экономики посткризисного периода.

Библиографический список

1. OECD (2019), Мониторинг стратегии развития МСП в Грузии на 2016-2020 годы / OECD Publishing, Paris. — URL: <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/easternpartners/Monitoring-Georgia's-SME-Development-Strategy-2016-2020-RUS.pdf> (дата обр. 14.02.2023).
2. Блудов А. М. Развитие механизмов государственной поддержки малого бизнеса на основе использования европейского опыта // Социально-экономические явления и процессы. — 2011. — № 7. — С. 46.
3. Бурдули В. Пути развития отраслевой и технологической структуры экономики страны в условиях глобализации // Ekonomisti. — 2012. — № 3.
4. Гордеева Д. С., Демцура С. С. Современные механизмы реального сектора экономики в сфере совместной образовательной деятельности // Предприятия, отрасли и регионы: генезис, формирование, развитие и прогнозирование: сборник научных трудов. — Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2019.
5. Девадзе А., Девадзе Л. Пандемия COVID-19 и туризм в Грузии: вызовы и перспективы развития. / // Батумский государственный университет им. Шота Руставели // Сучасний рух науки: тези доп. XII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 1-2 квітня 2021 р. — Дніпро, Україна. Т. 1. — 2021. — С. 406–408. — URL: <https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/d728cf08-38f1-4c06-874b-35525f669163/content?page=406>.
6. Демцура С. С. Малое предпринимательство: роль и проблемы развития // Новая наука: Современное состояние и пути развития. — 2019. — № 9. — С. 223–225.
7. Кульков В. М., Теняков И. М. Макроэкономика. — М.: Юрайт, 2014. — 375 с.
8. Налоговый кодекс Грузии от 17.09.2010 г. Консолидированная публикация от 23.06.2022 г. — URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/1043717?publication=185>.
9. Статистическое обследование предприятий / Национальная служба статистики Грузии. — URL: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/326/sacarmota-statistikuri-gamokvleva>.
10. Стратегия развития малого и среднего бизнеса в Грузии 2016–2020 гг. — 2020. — URL: https://www.gov.ge/files/439_54422_706524_100-1.pdf.
11. Широкова Г. В., Ласковая А. К. Концепция эффектуации: этапы развития и основные направления исследований // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. — 2015. — Вып. 2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-effektuatcii-etapy-razvitiya-i-osnovnye-napravleniya-issledovaniy>.
12. Agricultural Tariff Tracker / United States Department of Agriculture. — URL: <https://apps.fas.usda.gov/agtarifftracker/Home/Search>.
13. Davidsson P., Honig B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs // Journal of Business Venturing. — 2003.
14. National statistics office of Georgia / Geostat. — 2021. — URL: <https://www.geostat.ge/en>.
15. Salukvadze J., Golubchikov O. City as a geopolitics: Tbilisi, Georgia. A globalizing metropolis in a turbulent region. — 2016.
16. Sarasvathy S. D. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency // Academy of management Review. — 2011. — No. 2. — P. 243–263.