

Пленарное заседание

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПАРАМЕТРЫ

Колет ФУРКАД, М. В. Мишкевич
Университет Монпелье, Франция
Белорусский государственный экономический
университет

В научных исследованиях по проблемам предпринимательства можно выделить три основных направления (темы): тема предприимчивости, проблемы создания предприятия и тема предпринимателя как субъекта. Эти три направления практически невозможно разграничить, когда речь идет о малых предприятиях, поскольку последние представляют собой специфические организационные структуры, в которых очень тесно переплетаются различные элементы вышеуказанных направлений.

Цель нашего доклада – расширить применение концепции предпринимательства в малом бизнесе на новую сферу исследования: сферу переходной экономики. Мы попытаемся выявить условия становления малого предпринимательства в переходной экономике в свете институциональных и организационных параметров.

Для достижения данной цели в первой части доклада мы проведем анализ условий, определяемых институциональной средой. Речь пойдет, в частности, о факторах, способствующих развитию предпринимательства, а также тормозящих это развитие. Во второй части мы рассмотрим организационный аспект и предложим нашу разработку аналитической сетки малого предпринимательства для условий переходной экономики.

I ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В настоящее время в странах с переходной экономикой концепция предпринимательства находится в стадии разработок и становления. В советские времена термин «предприниматель» не употреблялся для анализа экономической реальности вообще и даже считался ругательством. Жестко централизованная советская экономика делала невозможным существование частных предприятий, а значит, и предпринимательства в целом.

Если привести пример Беларуси, то можно сказать, что базовые условия развития предпринимательства были созданы в конце 1990 года с принятием новых законов о собственности и предприятии. В частности, именно Закон о предпринимательской деятельности, принятый в мае 1991 года и дополненный постановлением о малых предприятиях, предоставил частным лицам право заниматься предпринимательской деятельностью в Беларуси. Истекшие с той даты более десяти лет выявили наличие двух противоположных тенденций: с одной стороны, много говорится о необходимости и важности развития предпринимательской деятельности, а с другой, этот процесс одновременно сознательно сдерживается.

1. Меры, способствующие становлению предпринимательства

Закон, принятый в Беларуси в мае 1991 года, трактует предпринимательство как самостоятельную деятельность, осуществляемую от имени и под собственную ответственность физического либо юридического лица. Изначально развитию предпринимательства способствовал ряд важных приватизационных мер, в том числе *приватизация и политика поддержки малого бизнеса*.

Приватизация

В начале переходного периода создание новых частных предприятий *ex nihilo*, или «с нуля», было ограничено недостатком капитала у потенциальных инвесторов, а также гиперинфляцией, обес-

ценившей имевшиеся у населения сбережения. В связи с этим на повестку дня встало развитие предпринимательской деятельности с помощью процессов приватизации. В частности, малая приватизация, которая в основном затронула сектор торговли, имела определенный успех. Тем не менее даже для малых предприятий реальная приватизация, то есть операция, в результате которой государство утрачивает определяющую роль в управлении предприятием, была проведена лишь в половине случаев из общего числа объявленных государством.

Политика поддержки малого бизнеса

Вплоть до 1996 года правительство принимало некоторые меры, направленные на ускорение развития малого бизнеса. Среди них можно отметить создание Министерства предпринимательства и инвестиций, одна из задач которого состояла в поддержке малых предприятий и диверсификации их деятельности. Целью данных мер было создание благоприятных условий для малых предприятий, производящих либо экспортную, либо импортозамещающую продукцию. Хотя ввиду заявленных мер институциональная среда для малого предпринимательства кажется благоприятной, институциональная реальность на самом деле являет собой для малого бизнеса достаточно сложный контекст.

2. Факторы, препятствующие развитию предпринимательства

С конца 1990-х – начала 2000-х годов в Беларуси со стороны государства наблюдается тенденция усиления регулирования предпринимательской деятельности. Малое предпринимательство как наиболее уязвимая форма бизнеса особенно остро ощущает на себе такую неблагоприятную для своего функционирования ориентацию государственной политики.

Можно выделить три группы мер, тормозящих предпринимательскую деятельность:

- ухудшившиеся условия налогообложения для частных фирм на фоне предоставления налоговых льгот государственным предприятиям;
- ограничения на проведение сделок: частным малым предприятиям иногда запрещается производить закупки товаров, предназначенных для дальнейшей переработки, у госпредприятий; также наблюдается значительное ухудшение финансовых условий сделки (например, обязательное условие стопроцентной предоплаты);
- законодательная нестабильность: уголовное, гражданское и административное законодательство умышленно усложнено. Декреты и указы Президента Республики обладают большей юридической силой, чем законы, а некоторые действующие декреты противоречат исходным законам.

Таким образом, нестабильность является основным недостатком институциональной среды предпринимательской деятельности. Однако в целом, несмотря на эти достаточно неблагоприятные условия, процесс развития предпринимательства продолжается. И хотя действия властей направлены на дестабилизацию условий деятельности малого частного предпринимательства, ассоциации и союзы предпринимателей, стремящиеся помочь малому бизнесу и ускорить его развитие, оказывают в настоящее время значительную поддержку предпринимателям. Очевиден и тот факт, что малому предприятию, находящемуся в особой, специфической среде, необходимо организационно адаптироваться к условиям переходной экономики.

II ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПАРАМЕТРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Специфический характер предпринимательства в рамках малой организации может быть рассмотрен с помощью аналитической схемы, разработанной французским профессором, специалистом по проблемам малого и среднего бизнеса Мишелем Маршенэ (Marchesnay, 1993). Эту схему мы представим в следующем виде:



Данная схема построена на четырех «опорах», ключевых переменных конститутивной системы малого предпринимательства: *цели руководителя, организация предприятия, деятельность предприятия, внешняя среда*. Речь идет о настоящей системе: переменные находятся во взаимодействии, и это отражает динамику системы. Схема является аналитической сеткой, которая позволяет понять и интерпретировать частные проблемы каждого предприятия, а в нашем случае – специфику малого предпринимательства в переходной экономике. Вначале уточним природу этих четырех «опор», а впоследствии разберем их взаимодействие.

1. Четыре основополагающих элемента малого предприятия

Цели

Цели малого предприятия определяются личными качествами и устремлениями его руководителя. Теоретически предприниматель на малом предприятии осуществляет тройную функцию: он является одновременно инвестором, руководителем и новатором. Представим здесь типологию, основанную на разных экономических целях руководителя и учитывающую личные и социальные характеристики предпринимателя.

Можно выделить три основных цели, каждый раз объединяя стратегические задачи, преследуемые предпринимателем для своего предприятия, с одной стороны, и выражение его личных амбиций, с другой стороны:

- поиск предпринимателем устойчивости (стабильности) предприятия наряду с сохранением за собой руководящей функции;
- поиск независимости предприятия наряду с самостоятельностью предпринимателя в процессе принятия решений;
- стремление к развитию и росту предприятия наряду с сохранением личной власти.

Очевидно, что степень значимости каждой из этих целей зависит от личных и социальных характеристик руководителя и имеет определяющее значение в процессе осуществления предпринимательского выбора в каждом конкретном случае.

На основе изложенного можно выделить несколько основных типов предпринимателей-руководителей. Так, тип «УНР» (*устойчивость-независимость-развитие*) ставит обычно своей целью достижение устойчивости (стабильности) своего предприятия наряду с сохранением его независимости. Такие руководители будут ограничивать развитие своего бизнеса в зависимости от наличия собственных финансовых средств и использовать модель постепенного развития. Другой тип руководителя – «РАУ» - (*развитие-самостоятельность-устойчивость*) будет иметь логику поведения, направленную на быструю амортизацию задействованного (собственного или привлеченного) капитала. Такие руководители отдадут предпочтение быстрому росту предприятия, чаще всего осуществляя свою деятельность в секторах с высокой ожидаемой рентабельностью. Они не обязательно стремятся к финансовой независимости, если за ними сохраняется самостоятельность в принятии стратегических решений.

В переходной экономике такая составляющая предпринимательства, как предприимчивость, еще не нашла своего подлинного проявления и во многом подлежит формированию. Можно предположить, что, с одной стороны, сильное влияние окружающей среды и, с другой стороны, способность руководителя молодого предприятия к созданию своей собственной среды уже ведут к появлению особых типов предпринимателей и позволят в будущем произвести определенную классификацию этих типов для переходной экономики.

Один из важнейших элементов, который определяет организацию малого предприятия, является персонализированный менеджмент, предполагающий важную роль личностных качеств руководителя при принятии решений. Можно утверждать, что в стратегической системе фирмы цели руководителя-собственника молодого предприятия играют более важную роль в условиях переходной экономики, чем в контексте развитых промышленных стран.

Организация

Организацию малого предприятия можно рассматривать на двух уровнях (Fourcade и Marchesnay, 1997):

- *на уровне человеческих ресурсов*, то есть тех людей, которые работают на предприятии: работники, члены семей, временные работники, работники, привлекаемые от случая к случаю. Малое предприятие представляется в этом случае как некая команда, в которой общий климат и дух команды играют очень важную роль;
- *на уровне выполняемых задач*, которые соответствуют различным функциям предприятия. Чем меньше предприятие, тем меньше дифференциация функций на таком предприятии, и тем более многофункциональным является работник.

Особенность переходной экономики состоит в том, что появляющиеся в ней организационные формы предприятий не полностью соответствуют определениям понятий «фирма», «предприятие», которые даются в современной западной научной экономической литературе и используются в прикладных исследованиях. Термин «организация», на наш взгляд, в данном случае лучше подходит для определения изменчивых и нестабильных предпринимательских структур переходной экономики.

Виды деятельности

- Деятельность предприятия связана с производством товаров и услуг, которые оно предлагает своим нынешним и потенциальным клиентам. Само собой разумеется, что любая деятельность должна быть конкурентоспособной, что обуславливает соблюдение двух требований: достижение наивысшего качества с наименьшими издержками, а также соответствие этой деятельности нуждам потребителей.
- Сферы деятельности молодых предприятий в переходной экономике достаточно разнообразны и обширны по трем причинам:

- возможность удовлетворения предприятиями новых появляющихся потребностей в товарах или услугах, конечных или промежуточных продуктах. В основе конкурентоспособности предприятия лежит в данном случае удовлетворение этих новых потребностей;
- способность участия в реорганизации производственной сферы на фоне бурных рыночных изменений и глубокой реструктуризации в разных секторах экономики. Возникают благоприятные условия для создания малых предприятий: либо на основе договорных отношений с прежними крупными государственными предприятиями, подлежащими реорганизации, либо в виде самостоятельной деятельности и выхода на новые ниши рынка, либо в виде реализации новых технических или технологических возможностей. Основой конкурентоспособности в данном случае служит лучшее из возможных соотношение качества и издержек;
- адаптация к открывшемуся внешнему рынку: молодые предприятия могут организовать свою деятельность на основе партнерских отношений с иностранными фирмами, желающими получить доступ к новым рынкам стран с переходной экономикой. Сотрудничество может принимать различные формы, а конкурентоспособность предприятия будет основана как на способности обеспечить минимальные издержки производства, так и на нематериальных факторах (уровень квалификации людских ресурсов, знание местными работниками специфики среды переходной экономики и др.). Конкурентное преимущество в данном случае будет связано с технологическими и человеческими факторами.

Внешняя среда

Можно выделить три уровня внешней среды предприятия:

- так называемая *ближняя среда*, которую образуют наиболее близкие к предприятию конкуренты, клиенты, поставщики товаров и услуг. Отношения предприятия с этим первым уровнем среды очень разнообразны;
- *социальная, или общественная, среда*: она зачастую играет определяющую роль для малых предприятий. В нее входят всевозможные сообщества, ассоциации, местные органы власти, а также сеть личных связей руководителя;
- *расширенная среда*, имеющая отношение к общим технологическим, политическим и социальным аспектам развития всего общества в целом (кредитно-финансовая и банковская система, законодательные органы, юридические институты и др.).

Именно этот последний уровень играет важнейшую роль для малых и средних предприятий в переходной экономике. Можно сказать, что он перекрывает остальные два уровня внешней среды предприятия. В переходной экономике не существует устоявшихся рыночных отношений и институтов. Способ управления производственной системой может быть определен как двойственный, включающий элементы старой централизованной экономики, а также элементы рыночной экономики, различающиеся в той или иной степени в зависимости от конкретной страны.

Так, *расширенная среда* малых предприятий в Беларуси базируется в основном на организационных принципах централизованной экономики и в значительной степени определяет их положение и функционирование. Институциональные условия этой среды не благоприятствуют развитию эффективных конкурентоспособных малых предприятий как с точки зрения юридических возможностей (законодательство о предприятиях), так и с точки зрения финансовых возможностей (организация банковской системы).

Что касается *ближней, а также социальной среды*, то они в переходной экономике находятся на стадии создания и еще предстоит их полноценное формирование и закрепление. За формирование ближней среды (клиенты, поставщики, конкуренты) несет ответственность само малое предприятие, независимо от типа экономики, в котором оно работает: именно руководитель предприятия отвечает за установление деловых отношений, позволяющих поддерживать его конкурентоспособность. Специфика расширенной среды в Беларуси обуславливает трудности либо, по меньшей мере, длительность на пути создания ближней среды предприятий.

В части *общественной среды* некоторые создатели новых предприятий в Беларуси могут задействовать сеть уже имеющихся старых связей субъектов хозяйствования для успешного осуществления своей предпринимательской деятельности, а также в целях создания ближней среды и преодоления проблем, связанных с громоздкостью и недостатками расширенной среды.

Плоскость окружающей среды представляется неотъемлемым элементом стратегического плана молодого предприятия в Беларуси, и недооценка этого фактора при создании предприятия может оказаться для него губительной.

Таким образом, мы определили четыре основных переменных системы малого предприятия. Их взаимодействие позволит нам уточнить организационную модель малого предприятия, самостоятельно определяющего стратегию своего развития.

2. Взаимодействия между элементами системы: стратегия малого предприятия

Исследование взаимодействий между 4 основными переменными системы малого предприятия имеет целью выявить ту или иную стратегию малого предприятия. Как правило, предприятие определяет для себя определенную взаимосвязь между *корпоративной (общей) стратегией* – *corporate strategy* – и *оперативной стратегией* – *business strategy*.

Общая политика предприятия, corporate strategy, относится к верхней части аналитической схемы (см. рис. в начале статьи): она является результатом определенного сочетания *основополагающих ценностей фирмы*.

Оперативная стратегия, business strategy, помещена нами в нижнюю часть схемы: она воплощает *реализацию видов деятельности фирмы*.

Основополагающие ценности

Два основных типа ценностей определяют общую стратегию, разрабатываемую руководителем: *культура предприятия и целесообразность*.

Культура предприятия является собственной ценностью предприятия; она рождается из соотношения целей руководителя и организации предприятия. Руководитель предприятия переносит свои собственные ценности на малую организацию. Эти ценности могут совпадать с ценностями остальных работников, либо, напротив, им противостоять. Предпринимательская культура зависит от согласованности целей руководителя с формой и возможностями организации. Чем сильнее согласованность, тем легче предприятию реализовать свой потенциал.

Целесообразность отражает место предприятия в структуре общества; она является результатом взаимодействия между окружающей средой и целями руководителя. Данный механизм действует одновременно и для создания ближней среды, и при установлении сети личных связей руководителя, используемой для формирования в последующем благоприятной социальной среды. Высокая степень целесообразности, в частности, по отношению к институциональной среде, является ключевым фактором успеха предприятия.

Корпоративная стратегия основывается на восприятии предпринимателем места своего предприятия в окружающей среде, а также на развитии этого восприятия (Fillon, 1991). Данное восприятие может быть более или менее четким – руководителю иногда нелегко его сформулировать, однако именно оно в конце концов определяет тот или иной стратегический менеджмент на предприятии.

Деятельность предприятия

Основа стратегической деятельности фирмы определяется развитием направлений деятельности, выбор которых базируется на точном определении отношения между *родом занятий (делом) и миссией предприятия*.

Род занятий (дело) отражает взаимодействие организации фирмы со сферой ее деятельности, определяющей ее ноу-хау: речь идет о достижении наилучшего результата с учетом задействованных средств. Условия рынка также налагают требование эффективности, которое является новым

для экономики, до настоящего времени основанной на достижении заданных производственных целей без учета рентабельности задействованных факторов производства.

Миссия фирмы выявляется в результате соотнесения ее видов деятельности к внешней среде. Главной задачей предприятия, несомненно, является удовлетворение потребностей потребителей. В условиях перехода бывшей плановой экономики к рынку речь уже не идет о производстве для удовлетворения исключительно общественных потребностей – целью является удовлетворение диверсифицированных индивидуальных потребностей на основе снижения цен, повышения качества товара, удобства месторасположения магазина для покупателей и т. д.

Оперативная стратегия требует разработки и внедрения плана действий, позволяющего отслеживать изменения внутри фирмы, а также изменения внешней среды с целью внесения возможных поправок в данный план.

В контексте переходной экономики достаточно трудно провести для малого предприятия различие между корпоративной и оперативной стратегией: те или иные решения могут быстро, в короткий срок, пересматриваться; любая новая информация или действие могут иметь стратегический характер и способны поставить под сомнение даже основополагающие ценности организации.

В заключение сделаем три основных вывода:

1. Малое предпринимательство в переходной экономике имеет свои особенности, связанные как с природой малой организации, так и с условиями внешней среды, в которой эта организация функционирует.
2. В странах с переходной экономикой не существует четкой модели малого предпринимательства в связи с наличием широчайшего спектра разнообразных характеристик малых предприятий и очень изменчивых условий внешней среды: для их исследования полезно применять предложенную в докладе аналитическую схему.
3. Малое предпринимательство в переходной экономике представляет собой обширное поле исследования, открывающее простор для многочисленных размышлений и выводов как теоретического, так и прикладного характера.

Библиография

Fillon J., 1991, Vision et relations, Montréal, Edition de l'entrepreneur.

Fourcade C. et M. Marchesnay, 1997, Gestion de la PME-PMI, Paris, Nathan.

Julien P.A. et M. Marchesnay, 1996, L'entrepreneuriat, Paris Economica.

Marchesnay M., 1993, Management stratégique, Paris Eyrolles.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Р. Я. Костерова

*Научно-исследовательский экономический институт
Министерства экономики РБ,
Витебский отдел*

В условиях формирования новой общественно-экономической формации и перехода к устойчивому развитию возрастает роль региональных факторов и условий развития малого предпринимательства, реализующего цели и направления социально-экономического развития территории.

Государственное регулирование на региональном уровне носит стимулирующий характер в форме: прямого финансового субсидирования; льготного кредитования; предоставления льгот по местному налогообложению; участию государственных структур в соучредительстве по открытию новых предприятий; ограниченного регулирования ценообразования; предоставления выгодного регионального содействия в подготовке кадров и развертывания государственной сети подготовки специалистов для работы в условиях рынка; обеспечения правовых льгот предпринимательской дея-