

08.00.05. – ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ
01. – ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 338.121
ББК 65.290.31

Евсеева Оксана Анатольевна,
к. э. н., докторант, доцент кафедры международных экономических отношений
Международной высшей школы управления
Санкт-Петербургского государственного политехнического университета,
г. Санкт-Петербург,
e-mail: yevoksana@inbox.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZE
BUSINESSES IN CASE OF INFORMATION ECONOMICS

В статье рассматриваются особенности стратегического управления предприятиями малого и среднего бизнеса промышленного комплекса в условиях информационной экономики, определяются критерии и характерные черты информационной экономики для сектора малого и среднего бизнеса. Автор выделяет особенности управления развитием промышленных предприятий малого и среднего бизнеса на различных стадиях жизненного цикла предприятия, формулирует проблемы малого и среднего бизнеса в условиях информационной экономики, выделяет источники возникновения выявленных проблем и предлагает варианты их решения, разделяя на два направления – решения, связанные с внешней средой и внутренним потенциалом предприятия.

The article is dedicated to the features of strategic management of industrial small and medium-size enterprises in the context of information economics. Criteria and special features of information economics are defined in the article for small and medium-size business. The author underlines features of management of development of small and medium-size industrial enterprises on different stages of the enterprise life cycle, formulates the problems of small and medium-size business in the environment of information economics, reveals the sources of occurrence of defined problems and offers variants of solving these problems. These variants are divided into two directions – solutions connected with external environment and internal potential of business.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, промышленность, предприятие, стратегическое управление, информационная экономика, факторы развития, жизненный цикл предприятия, проблемы малого бизнеса, проблемы среднего бизнеса.

Keywords: small business, middle-size business, industry, enterprise, strategic management, information economy,

development factors, life cycle of an enterprise, problems of small business, problems of middle-size business.

Мы живем в условиях высокой информатизации общества. Многие выдающиеся ученые исследовали феномен информационного общества (Д. Белл, Г. М. Маклюэн, П. Друкер, Е. Масуда, Ю. Хаяши). Главной задачей информационного общества является обеспечение правовых и социальных гарантий получения каждым его гражданином всей необходимой информации в любом месте и в любое время. Основными критериями информационного общества служат количество и качество информации, ее эффективная передача и переработка. Дополнительным критерием определяют доступность информации для каждого гражданина, что достигается снижением ее стоимости в результате развития и своевременного внедрения новых телекоммуникационных технологий¹. Несомненно, что феномен информационного общества затрагивает и экономическую область. На наш взгляд, к вышеперечисленным критериям информационного общества необходимо добавить еще один немаловажный критерий, когда мы говорим об информационной экономике – скорость передачи информации (рис. 1).

Все критерии в контексте понятия «информационная экономика» становятся факторами ее развития. Повышение скорости обмена данными ускорило все бизнес-процессы на предприятиях; возникновение большого объема информации, обеспеченного критерием доступности, привело к необходимости постоянного отслеживания динамики внешних и внутренних факторов развития предприятий и повышения степени неопределенности при принятии управленческих решений. В таких условиях важным становится вопрос о дальнейшем развитии бизнеса в России.

¹ Ровинская, Т. Информационное общество: теория и практика / Т. Ровинская // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 9. – С. 81–90.

Опыт многих стран показал, что локомотивом развития страны является промышленная отрасль, развивающаяся на основе инноваций, что позволяет развивать, модернизировать экономику и успешно конкурировать на мировом рынке. При этом серьезную роль в работе данной отрасли играет развитие сектора малого и среднего бизнеса. Данный сектор является средой формирования и развития большого количества инноваций.

Например, для Германии средний и малый бизнес играет существенную роль для немецкой экономики. Он обеспечивает работой большую часть населения страны и берет на себя основное бремя по профессионально-техническому обучению молодежи. Малые и средние предприятия, число которых в настоящее время превышает 4 млн, составляют более 90 % от всего количества организаций, осуществляющих налоговые платежи. В этот сектор экономики входят как компании с небольшой численностью (один-пять человек), так и компании с крупным годовым оборотом. В итоге они обеспечивают до 80 % рабочих мест, 45 % налогов с оборота и 30 % немецкого экспорта. Роль малого и среднего бизнеса в поддержке конкурентоспособности хозяйства страны была признана в 80-е годы и во Франции. Именно с этого периода на государственном уровне в стране принимаются меры по стимулированию создания малых и средних предприятий. По данным ОЭСР, вклад малого бизнеса в производство ВВП развитых стран за последние 30 лет достиг почти 70 %, увеличившись с 38 до 52 % в США, с 47 до 55 % – в Японии, с 58 до 67 % – в странах ЕС в целом, а доля субъектов малого предпринимательства в общем числе предприятий этих стран не опускается ниже 92,5 %. За 1970–1990-е годы занятость в малом бизнесе возросла с 47 до 54 % общего числа занятых в США, с 73,8 до 78 % в Японии, с 48 до 72 % в среднем по странам Европейского Союза².



Рис. 1. Факторы развития информационной экономики

С позиции управления необходимо учитывать следующие особенности информационной экономики для промышленных предприятий малого и среднего бизнеса:

- наличие рынков не только капитала, товаров и услуг, труда, но и рынка информации;
- большое количество источников информации и способов их передачи и обработки;
- наличие конкурирующих предприятий, особенно малых инновационных;

- свободное ценообразование;
- цикличность деловой активности предприятий.

Эти особенности должны учитываться при создании систем управления, учитывающих деятельность предприятий в условиях рыночной экономики.

Для успешного развития промышленных предприятий малого и среднего бизнеса необходимы определенные условия и факторы активизации, к которым можно отнести:

- способность перераспределять ресурсы и управлять инновациями и информацией;
- наличие дохода;
- наличие ниши на рынке или вероятность увеличения доли на рынке;
- надежность защитного механизма;
- государственная поддержка.

При этом возможности рынка для развития могут проявляться в виде: поиска более эффективных способов удовлетворения существующих потребностей; разработки новых технологий, изделий для удовлетворения имеющихся потребностей (или создания новых); использования несовершенства рыночного механизма и законодательства для эффективного ведения бизнеса³.

К основным особенностям управления промышленными предприятиями малого и среднего бизнеса в условиях новой, информационной экономики, где значительную роль играют нематериальные активы – знания, информация, инновации, на наш взгляд, можно отнести следующие:

- чувствительность к изменениям внешней среды: малые и средние предприятия чутко реагируют на смену хозяйственной конъюнктуры, падение или повышение нормы прибыли в областях экономики;
- гибкость в рыночных условиях: создание глубокой специализации и кооперации, при этом быстрое реагирование на запросы потребителей и осуществление изменений;
- работа в условиях высокой конкуренции и предпринимательской активности: реализация антимонопольной функции в рыночной экономике;
- повышенная восприимчивость к инновациям.

При этом, по мнению автора, на каждой из стадий жизненного цикла предприятия (рис. 2) для промышленных предприятий можно выделить еще ряд особенностей.

Так, на первой стадии создания необходимо учитывать высокую неопределенность среды, как внутренней, так и внешней, что ведет к акценту в управлении на таких моментах, как управление процессом выбора идеи, направления и стратегии деятельности, формирования стратегического плана, создания организационной структуры предприятия, выбора необходимого персонала, закупки основных и оборотных средств, организации системы производства продукции (услуг).

² Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: сб. науч. тр. / под ред. А. Ф. Шуплецова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2007.

³ Анискин, Ю. П. Организация и управление малым бизнесом: учеб. пособие / Ю. П. Анискин. – М.: Финансы и статистика, 2005.

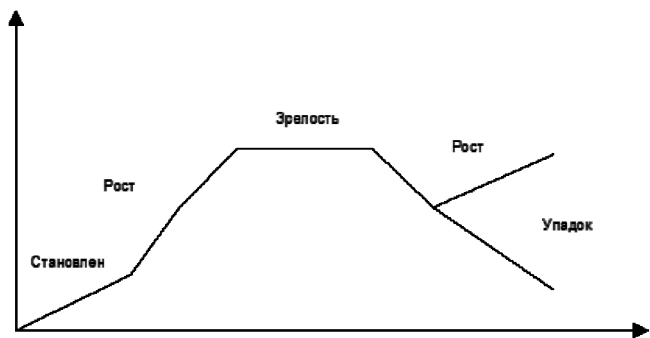


Рис. 2. Стадии жизненного цикла предприятия

На стадии роста для управления промышленным предприятием малого и среднего бизнеса важными являются управление маркетинговой и инновационной деятельностью, корректировка функциональных стратегий.

На стадии зрелости предприятие, способное к изменениям, гибко реагирующее на динамику внешней среды, может длительное время успешно функционировать, давая высокие показатели рентабельности и не боясь банкротства и перехода к стадии упадка. Однако в силу своей чувствительности к любым колебаниям рынка и ограниченности ресурсов промышленное предприятие должно искать новые методы, технологии для отражения атак со стороны внешней среды – конкурентов, поставщиков, государства и пр. Поэтому управление промышленным предприятием на

стадии зрелости должно быть ориентировано не только на сохранение существующего уровня, но и на его повышение за счет революционного инновационного развития. Большое значение на данной стадии играют: стратегия инновационного развития, инвестиционная стратегия, а также стратегия международной деятельности.

Однако даже в странах с развитой рыночной экономикой промышленные предприятия малого и среднего бизнеса, которые обладают значительной структурой и организационной гибкостью, повышенной восприимчивостью к различным нововведениям и являются важнейшим резервом развития хозяйства, сталкиваются с немалыми трудностями как на внутреннем рынке, так и в процессе осуществления международной деятельности.

В ходе исследования автором были выявлены основные проблемы промышленных предприятий малого и среднего бизнеса на существующем этапе развития рыночной экономики в России. Был проведен опрос руководителей и собственников предприятий данной отрасли в Псковской и Новгородской областях (по 100 представителей от каждой области – членов торгово-промышленных палат областей), в результате которого выяснилось, что указанные регионы имеют ряд общих проблем, которые можно выделить в несколько сфер или источников возникновения (табл. 1).

Таблица 1

Основные проблемы промышленных предприятий сектора малого и среднего бизнеса

Источник возникновения	Наименование проблемы
Сфера государственного регулирования	отсутствие четко построенной системы поддержки и развития малого и среднего бизнеса на уровне региональных властей
	противоречие законодательных инициатив
	труднодоступность государственной системы гарантирования кредитов для промышленных предприятий малого и среднего размера, малых инновационных предприятий
	тяжелый налоговый пресс, усугубленный чрезмерной бюрократизацией, излишним администрированием и коррупцией
Финансовая сфера	затрудненный доступ к финансовым ресурсам
	высокие требования для получения кредитов со стороны банковского сектора и высокие ставки по кредитованию
	скромные объемы финансирования программ НИОКР
Сфера знаний	нехватка профессиональных знаний, в том числе в области экономики и управления, у начинающих предпринимателей
Информационные проблемы	отсутствие информированности о существующих возможностях, предоставляемых государством для промышленных предприятий
	слабые связи внутри промышленного сектора между смежными производствами из-за отсутствия каналов информирования
Социальная сфера	низкая социальная защищенность работников
Инвестиционные проблемы	низкая инвестиционная привлекательность для инвесторов и барьеры, выстраиваемые на региональном уровне, для иностранных инвесторов
Экономическая сфера	проблемы с развитием инновационных производств из-за отсутствия каналов распространения и продвижения
	отсутствие взаимодействия крупных предприятий с малыми, способными встраиваться в их технологические цепочки, производить необходимые комплектующие и оказывать всевозможные услуги

Распределение по наличию наибольшего количества проблем, с которыми сталкиваются руководители и собственники производств, представлено на рис. 3.



Рис. 3. Соотношение проблем промышленных предприятий по источникам возникновения

100 % респондентов отметили, что без государственной поддержки и повышения информированности субъектов малого и среднего бизнеса невозможно дальнейшее успешное развитие промышленной отрасли, 71 % имеют стратегический план развития предприятия на 5 лет, из них 40 % готовы привлечь к участию дополнительных инвесторов, и лишь 12 % имеют уже инвестиционные соглашения.

Для решения проблем, с которыми сталкиваются промышленные предприятия малого и среднего бизнеса, а также для ограничения воздействия негативных факторов необходимо усилить существующие государственные институты поддержки промышленной отрасли за счет совершенствования их организационной структуры, также необходимо создать новые методы и механизмы стимулирования и поддержки инновационной активности в промышленности на основе анализа зарубежного и собственного опыта в этой сфере.

Кроме того, в качестве вариантов решений проблем с позиций государственной поддержки автору представляется целесообразным развивать формы льготного предпринимательства (прежде всего на начальной стадии бизнеса), которые уже законодательно закреплены на территории Российской Федерации, а также повышать заинтересованность инвесторов за счет предоставления дополнительных льгот для промышленных производств.

В отношении повышения информированности субъектов промышленной отрасли предлагается создать единую информационную бизнес-пространство-сеть, включающую в себя базу данных по субъектам бизнеса с разделением по отраслям. В рамках отраслевой структуры промышленных предприятий малого и среднего бизнеса также необходимо создать интернет-площадку для получения и обмена информацией в областях поддержки предпринимательства, обмена опытом, знаниями, предоставить возможность дистанционного обучения и консультаций в режиме он-лайн для малых

и средних предприятий с государственными органами, а также сформировать торговую площадку для поиска инвесторов и предоставления им информации о возможных вариантах сотрудничества. Необходимо отметить, что в разрозненном виде большая часть перечисленных инструментов существует, и основная проблема заключается в отсутствии единой системы – пространства взаимодействия. Отсутствие единого пространства, где взаимодействовали бы все основные участники деятельности – промышленные предприятия, инвесторы, государственные органы, приводит к медленному развитию изучаемой автором промышленной отрасли. Зачастую от момента принятия решения об открытии нового промышленного предприятия, ориентированного на инновационное, высокотехнологичное производство, до его конкретной реализации проходит не неделя, не месяц, а годы: трудно довести информацию до конечного потребителя. Именно поэтому в условиях информационного общества необходимо активно развивать взаимодействие всех структур, задействованных в процессе развития промышленных предприятий, применяя информационно-коммуникационные технологии, переходя, таким образом, на качественно новый уровень развития экономики страны в целом.

Кроме развития государственной поддержки, совершенствования информационного пространства, необходимо обратить внимание и на внутренние резервы для развития у самих предприятий.

Мировой опыт и исследования специалистов показывают, что в условиях открытой информационной экономики главным средством, определяющим высокие результаты и эффективность любой организации, а в конечном итоге страны и общества в целом, является разработка и внедрение конкурентной стратегии.

Развитие наугад без стратегического прогнозирования и планирования, без использования научных методов неизбежно ведет к потере компаниями конкурентоспособности и банкротству. Сегодня каждая успешная компания разрабатывает собственную систему стратегического менеджмента, непрерывно ее совершенствует, инвестирует в нее большие средства, рассматривая ее как важную часть своего неосязаемого капитала – интеллектуальных активов. Поиск методов достижения долгосрочных конкурентных преимуществ в условиях непрерывных изменений, развитие и эффективное использование внутреннего потенциала организаций на основе инноваций, противостояние угрозам обостряющейся и становящейся глобальной конкуренции – особенность развития современного стратегического менеджмента. Успеха достигают только те компании, которые отчетливо представляют свою стратегию, умеют обеспечить ее разработку и внедрение. Поэтому, на наш взгляд, это еще один немаловажный аспект, на который предприятия должны обратить внимание, а не рассчитывать только на изменения внешней среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анискин, Ю. П. Организация и управление малым бизнесом: учеб. пособие / Ю. П. Анискин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 160 с.
2. Игнацкая, М. А. Экономика: опыт структурно-функционального анализа / М. А. Игнацкая. – 2-е изд., стер. – М.: КомКниги, 2006. – 304 с.

3. Радиевский, М. В. Организация производства. Инновационная стратегия устойчивого развития предприятия: учебник для вузов / М. В. Радиевский. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 377 с.
4. Ровинская, Т. Информационное общество: теория и практика / Т. Ровинская // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 9. – С. 81–90.
5. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: сб. науч. тр. / под ред. А. Ф. Шуплецова. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2007. – 205 с.
6. Хардилов, Ю. А. Инновационный потенциал развития промышленных предприятий и комплексов в России: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ю. А. Хардилов. – М., 2004. – 24 с.

УДК 338.512
ББК 65.290-86

Моисеева Елена Викторовна,
к. э. н., доцент кафедры экономики и менеджмента
Филиала Санкт-Петербургского государственного морского технического университета
«Севмашвуз» в г. Северодвинске,
Архангельская обл., г. Северодвинск,
e-mail: elena-mokeeva@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ НАУКОЕМКИХ ПРОИЗВОДСТВ И СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ НАУКОЕМКОЙ ПРОДУКЦИИ

FEATURES OF THE HIGH-TECHNOLOGY MANUFACTURES AND SPECIFICITY OF MANAGEMENT OF THE COST PRICE OF HIGH-TECHNOLOGY PRODUCTION

В статье выявлены основные отличительные особенности наукоемких производств по сравнению с традиционными по ряду наиболее существенных показателей. Автор доказывает, что между традиционным и наукоемким производством существуют принципиальные различия во взаимосвязи себестоимости и полезности продукции. Показано, что в условиях традиционного производства ключевое значение имеют процесс минимизации затрат и развитие ценовой конкуренции. При этом затраты выполняют прежде всего функцию сохранения полезности. Напротив, в условиях наукоемкого производства, где выступает инновационный потребитель и продукт подвергается изменению, взаимосвязь между себестоимостью и полезностью кардинально меняется: затраты выполняют функцию приращения полезности, принципиальной является ориентированность не на минимизацию затрат, а на их оптимизацию.

The article identifies the major distinguishing features of science-intensive industries compared to traditional ones for the most significant indicators. The author proves that there are fundamental differences in interconnection of cost and usefulness of products between conventional and knowledge-intensive production. It is shown that in the traditional production process it is crucial to minimize the cost of price, to develop price competition. In this case the cost primarily performs the utility-save function. On the contrary, in high-tech industry, with innovative consumer and the product subject to changes, the relationship between the cost and the utility is dramatically changed: the cost works as the increment of utility, the principal thing is not to minimize the costs but to optimize them.

Ключевые слова: наукоемкое производство, наукоемкая продукция, себестоимость продукции, минимизация

затрат, оптимизация затрат, полезность, функциональность продукции, конкурентоспособность предприятия, ресурсы предприятия, затраты.

Keywords: high-tech manufacturing, high-technology production, product cost, minimization of the cost, optimization of the cost, utility, functionality of products, the company's competitiveness, enterprise resources, costs.

Проблема экономии ресурсов предприятий в современной экономической литературе ставится в достаточной мере остро. Рассматриваются новые методы управления затратами, приводятся результаты зарубежного опыта снижения затрат на производство и анализируется возможность его применения в условиях отечественных предприятий. Безусловно, проблема экономии затрат и снижения себестоимости продукции остается высокоактуальной. Следует отметить, что в современных условиях взгляды на проблематику себестоимости продукции трансформируются. В связи с вступлением в рыночные отношения отмечается ориентированность уже не на минимизацию затрат и снижение себестоимости продукции, а на их оптимизацию. В то же время нами не обнаружены работы, в которых рассматривались бы подходы к оптимизации затрат с учетом разграничения традиционного и наукоемкого производства. Проблема исследования наукоемкого, высокотехнологичного сектора промышленности пока не получила системного освещения, тем не менее в последнее время публикуется все больше работ, посвященных исследованиям научно-технического развития, проблемам финансирования научно-технических программ, государственного оборонного заказа, привлечения внебюджетных средств для выполнения государственных заданий, вопросам ценовой политики, проблемам конверсии