

УДК 338.9 DOI: 10.14451/2.179.183

Детерминация стратегических факторов развития малого и среднего бизнеса в современных условиях

© 2023 Чепало Александр Сергеевич

аспирант, Университет Синергия, Россия, Москва.

E-mail: chepaloalexandr@inbox.ru

Ключевые слова: стратегические факторы развития, малый и средний бизнес, ресурсы, динамические способности.

На современном этапе малый и средний бизнес выступает драйвером развития современной экономики, при этом он значительно подвержен влиянию внешних факторов, в связи с чем предприятия малого и среднего бизнеса испытывают ряд трудностей в сфере привлечения финансовых, инвестиционных, высококвалифицированных кадровых ресурсов.

Введенные санкционные ограничения, вслед за значительными карантинными ограничительными мерами оказали значительное влияние на деятельность предприятий МСП, в том числе за счет роста цен, нарушения логистики поставок, разрыва связей с контрагентами. Перед предприятиями стала необходимость поиска альтернативных вариантов развития с учетом новых экономических и геополитических условий.

В результате исследования выявлено, что стратегические факторы развития бизнеса, сформированные в процессе развития теоретических положений развития фирмы на различных этапах социально-экономического развития могут быть использованы для формирования гипотез и выводов о ключевых факторах успеха, которые необходимо учитывать в контексте развития МСП.

Структурирование стратегических факторов успеха фирмы, на основе качественных исследований позволили выделить ключевые факторы, в рамках представленных групп стратегических факторов, а также сформулировать гипотезы их влияния на развитие бизнеса.

На современном этапе возрастает роль развития малого и среднего бизнеса, выступающего драйвером воспроизводственного процесса и эффективного развития экономики. На протяжении долгого периода развития экономической науки считалось, что развитие промышленного производства обеспечивается за счет инвестиционной активности крупных промышленных предприятий. Однако в условиях постиндустриального общества, непрерывного технологического развития, малый и средний бизнес продемонстрировал более высокие спо-

способности к адаптации динамической внешней среды. В связи с чем, малый и средний бизнес, являющийся драйвером развития современной экономики как на национальном, так и на региональном уровнях, стал вектором развития экономических исследований.

Целью настоящей статьи является исследование гипотетических факторов, которые потенциально могут быть ключевыми факторами успеха развития малого и среднего бизнеса.

Исследование различных факторов развития бизнеса широко представлены в научной литературе. Истоки теоретических положений развития фирмы, как субъекта бизнеса заложены в работах Пенроуз Е. [16] и Вернерфельтом Б. [18], Коуз Р. [15] Современный этап представлен работами таких авторов, как Смирнова Л. А. [11], Павлов С. О. [11], Гаврилина Д. Н., Слинько И. С. [4], Гаврилина Д. Н. [3], Гладышева А. В. [5] и других.

Исследования, представленные в научной литературе, показывают, что к наиболее влиятельным группам факторов, определяющим успех малого и среднего бизнеса, относятся ресурсы и предпринимательские способности. Исследование элементов этих групп факторов вызывает необходимость исследования теоретических концепций развития предприятия (фирмы) [4; 10; 11].

Процессы создания и развития предприятий начали изучаться еще с 1960-х годов, охватывая различные предметные области экономики и организационного развития. В качестве доминирующих теорий роста фирмы выделены: ресурсная теория развития фирмы, теория стратегической адаптации, мотивационная теория фирмы, контрактная теория фирмы, теория жизненного цикла

Первые три теории сосредоточены в первую очередь на конкретных переменных, способствующих численному росту фирм, но с разными методами, используемыми для измерения этого роста. Теория жизненного цикла исходит из

того, что рост фирмы представляет собой цикл, и пытается объяснить изменения, происходящие на каждом этапе жизненного цикла.

Ресурсная теория фирмы, была впервые разработана Пенроуз Е. и уточнена Вернерфельтом Б. Теория уходит своими корнями в неоклассическую экономическую теорию, в частности, в то, как фирма может привлекать экономическую ренту в рыночной экономике для стимулирования роста. В основе этой теории лежит то, что конкурентное преимущество фирмы заключается в применении ее внутренних ресурсов. По мнению Пенроуз: существует тесная связь между различными видами ресурсов, с которыми работает фирма, и развитием идей, опыта и знаний ее менеджеров и предпринимателей. Неиспользованные возможности являются для предприимчивой фирмы одновременно вызовом для инноваций, стимулом для расширения и источником конкурентного преимущества. Они облегчают внедрение новых комбинаций ресурсов, инноваций внутри фирмы [3; 5].

В работе Вернерфельта был разработан ряд критериев к ресурсам для обеспечения конкурентного преимущества, в качестве которых выделены: ценность, редкость, неповторимость и незаменимость.

В рамках ресурсной теории конкурентное преимущество зависит от различных навыков фирм, а также от различной доступности ресурсов. Конкурентное преимущество сохраняется до тех пор, пока у фирмы сохраняется обладание ресурсами, которые сами по себе или то, как они используются.

В процессе дальнейших исследований ресурсная теория роста подвергалась критике. Так, например, Портер (1985), хотя и соглашался с тем, что ресурсы являются важным элементом конкурентной стратегии, в результате исследований обнаружил, что конфигурация этих ресурсов и воздействие внешних сил в долгосрочной перспективе являются более важными в качестве

меры устойчивого роста [17].

С точки зрения теории стратегической адаптации, рост фирмы основывается на ресурсах, но связан со способностью фирмы переключать фокус на рынок и продукт в зависимости от внешней среды. В рамках данной теории, адаптацию можно определить как действия владельца бизнеса и его/ее команды по обработке информации, поступающей из окружающей среды, и быстрой реакции на поступающую информацию.

В контексте роста малого и среднего бизнеса адаптацию можно определить следующим образом: существенные модификации основных элементов бизнес-концепции по мере развития предприятия. Адаптация, может относиться к изменениям в предлагаемых продуктах или услугах, профиле клиента, маркетинге, каналах сбыта, персонале, финансовых системах предприятия. Однако это изменение обычно является постепенным и непрерывным, в отличие от глубоких вмешательств, ведущих к преобразованию организации.

Рост фирмы с точки зрения мотивации основан на исследованиях в области экономики и психологии. Теория предполагает, что рост фирмы зависит, во-первых, от намерений предпринимателя и, во-вторых, от того, как предприниматель воспринимает риски во внешней среде. Здесь экономическое решение о росте фирмы основано на концепции рациональности, которая предполагает, что люди удовлетворяют свои потребности, а не оптимизируют свои решения, и поэтому процесс принятия решений нельзя понять, если не принимать во внимание ограниченную способность людей оценивать свои альтернативы, а также сложность и неопределенность ситуации роста.

Теория организационных компетенций предполагает, что организационная компетентность носит социальный характер и воплощается в организационной структуре. Компетентность пред-

ставляет собой экономическую информацию, от которой зависит переносимость других дефицитных ресурсов, но которая сама по себе не может быть измерена. Т.е. компетенция – это способность фирмы использовать, а также выявлять и расширять свой производственный потенциал.

Контрактная теория фирмы предполагает, что определяющей чертой организаций является не столько выполняемая ими производственная функция, сколько то, как фирмы организуют экономическую деятельность. Эта теория фирмы основана в первую очередь на вопросах заключения контрактов. Основателем теории был Рональд Коуз, взгляды которого затем были усовершенствованы и расширены Уильямсоном, Дженсенем, Хартом. В своей классической статье о природе фирмы Коуз (1937) прямо затронул вопрос о том, почему в нашей экономике существуют фирмы. Его ответ исходит из осознания того, что обмены могут происходить как внутри организаций, так и вне фирм, заключающих контракты через рынок. Используя традиционный принцип оптимизации, фирмы будут интернализировать эти обмены, чтобы работать более эффективно, пока стоимость этих обменов внутри фирмы меньше, чем операции на рынке.

Систематизация факторов развития, представленных в теориях развития фирмы позволяет выделить следующие стратегические факторы:

1. Теоретические концепция развития бизнеса.
 - Ресурсная концепция.
 - Контрактная теория.
 - Теория организационных компетенции.
 - Теория жизненного цикла.
2. Группы факторов.
 - Ресурсы: материальные, трудовые, информационные.
 - Транзакционные издержки.
 - Организационные компетенции.
 - Управленческие факторы.

Экономическая теория сформировала основные

закономерности развития экономической деятельности, определила их цель, стратегические факторы реализации и условия обеспечения их устойчивости, а управление такой деятельностью в контексте исследования факторов позволяет, в свою очередь, сформировать систему инструментов, методов, способов воздействия на факторы с целью обеспечения функциональности и достижения целей развития.

Стратегические факторы – это факторы, которые следует использовать для выбора из доступных альтернатив в отношении конкурентной области. Это факторы, которые используются для определения методов и планов, которые компания использует для достижения успеха и достижения конкурентных преимуществ перед своими конкурентами.

Наличие особенностей функционирования предприятий, обусловленных размерами и объемами деятельности, отраслевой спецификой, первоначальными условиями создания не позволяют выделить унифицированный перечень факторов успеха. В дополнение к стратегическим факторам существуют также характеристики управления, которыми должны обладать предприниматели, необходимые для успешного бизнеса. Эти характеристики включают в себя хорошие навыки планирования, адаптивного управления и гибкости реагирования на изменение внешней среды. Так, например, в отличие от более крупных компаний, МСП не имеют жесткой организационной структуры, которая ограничивала бы гибкость работы. Хотя отсутствие структуры часто приводит к более высокой частоте ошибок, оно также приводит к более быстрому реагированию на возможности и угрозы.

Стратегические факторы развития бизнеса, сформированные в процессе развития теоретических положений развития фирмы на различных этапах социально-экономического развития могут быть использованы для формирования гипотез и выводов о ключевых факторах успеха, которые необходимо учитывать в контексте

развития МСП.

Так, например, в рамках ресурсного подхода в качестве ключевых факторов Смирновой Л. А., Гладышевой А. В., Горбуновой О. Н., Шпак П. С. [14], Чуйковским В. В. [12] выделены инновации и высокие технологии (ИТ). По мнению авторов инновации являются ключом к получению конкурентных преимуществ, а способность к инновациям оказывает значительное влияние на качество продукции и операционные показатели.

Толстых Т. О. и Гунина И. А. выделили организационные структуры. Шкодинский С. В. в своей работе выделил в качестве доминирующего фактора цифровизацию деятельности промышленных предприятий [13].

Структурирование стратегических факторов успеха фирмы, на основе качественных исследований, основывающихся на контент анализе публикаций в сфере эмпирических исследований факторов развития МСП в производственном секторе, позволяют выделить следующие факторы, в рамках представленных групп стратегических факторов, а также сформулировать гипотезы из влияния на развитие бизнеса (табл. 1)

Как видно в таблице, ресурсы фирм выступают в качестве приоритетного фактора конкурентных преимуществ по мнению большинства исследований. Однако по нашему мнению в современных быстро меняющихся условиях внешней среды на первый план выходит управленческий фактор, позволяющий обеспечить быструю адаптацию стратегии фирмы с целью достижения конкурентных преимуществ как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Современные управленческие подходы к развитию бизнеса и формированию конкурентных преимуществ, также имеют широкий диапазон исследований, в том числе в рамках формирования эффективной системы государственной поддержки [2; 7; 9], современных маркетинговых концепций [1], систем управления затратами [6].

Таблица 1. Ключевые факторы конкурентоспособности МСП.

Стратегическая группа факторов	Приоритетные факторы	Гипотеза
Ресурсы	Материально-технические ресурсы Персонал Знания и компетенции Финансовые ресурсы Реляционные ресурсы Информация Инновации	более рациональное потребление ресурсов и использование инновационных технологий в направлении создания долгосрочной стоимости позволит обеспечить долгосрочное конкурентное преимущество
Транзакционные издержки	Логистика Цифровая экосреда	обеспечение лояльности потребителей к деятельности фирмы за счет оптимизации логистических и производственных процессов позволит обеспечить долгосрочное конкурентное преимущество за счет повышения эффективности бизнес-процессов, в том числе в сфере производства, снабжения и маркетинга
Менеджмент	Организационные структуры Динамические способности Мотивация	использование эффективных и современных методов управления позволит обеспечить более эффективное и рациональное использование ресурсов и затрат, тем самым обеспечивая конкурентное преимущество по таким параметрам, как цена, продвижение, лояльность потребителя, качество

По нашему мнению в качестве основных, соответствующих современным траекториям рынка необходимо выделить концепцию устойчивого развития.

Устойчивое развитие стало важным фактором, учитываемым как в бизнесе, так и в государственном управлении. ESG повестка набирает все большую популярность, она значима как для инвесторов, которые придерживаются концепции ответственного инвестирования, так и самих компаний как элемент управления рисками и элемент обеспечения конкурентоспособности [8].

Внедрение принципов ESG в стратегию фирмы может обеспечить развитие бизнеса следующими способами:

1. содействие росту выручки;
2. снижение затрат;
3. минимизация вмешательства регулирующих и контролирующих органов;
4. повышение производительности труда;
5. оптимизация инвестиций и капитальных затрат;

6. повышение лояльности потребителей.

По нашему мнению на современном этапе созданы достаточные инфраструктурные условия, позволяющие реализовать имеющийся потенциал МСП. Предприятиям МСП необходим управленческий механизм, позволяющий обеспечить реализацию имеющегося потенциала в условиях открывающихся рыночных ниш для отечественных производителей за счет эффективных инструментов, позволяющих выбрать интенсивный путь воспроизводственного развития, наиболее эффективным из которых в современных условиях выступает внедрение принципов ESG.

Библиографический список

- Багирян В. А. Бенчмаркинг как фактор стратегического развития конкурентных преимуществ предприятий // Финансовые исследования. — 2019. — 1(62). — С. 144–147.
- Балашов А. М. Социальная ответственность современного бизнеса как один из факторов развития экономического потенциала // Новосибирский государственный педагогический университет. — 2019. — № 48–3. — С. 11–14. — DOI: [10.18411/lj-03-2019-45](https://doi.org/10.18411/lj-03-2019-45).
- Гаврилина Д. Н. Стратегические возможности развития инфраструктуры финансирования малых инновационных предприятий // Теория и практика стратегирования : IV Международная научно-практическая конференция (18 февраля 2021 г.) Том I: Московский университетариум стратега : сборник избранных научных статей и материалов конференции / под науч. ред. В. Л. Квинта., серия Экономическая и финансовая стратегия. Т. 1. — 2021. — С. 128–134. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46491802&pff=1>.
- Гаврилина Д. Н., Слинко И. С. Стратегическая взаимосвязь инновационной и предпринимательской активности в России // Теория и практика стратегирования : V Международная научно-практическая конференция (17-18 февраля 2022). Московский университетариум стратега: сборник избранных научных статей. в 2 кн. Под науч. ред. В. Л. Квинта. Книга I., серия «Экономическая и финансовая стратегия». Т. 4. — 2022. — С. 125–133.
- Гладышева А. В., Горбунова О. Н., Чепурова И. Ф. Человеческие ресурсы и инновации как важнейшие составляющие конкурентных преимуществ компании // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 11. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskie-resursy-i-innovatsii-kak-vazhneyshie-sostavlyayushchie-konkurentnyh-preimuschestv-kompanii>.
- Ефремов А. В. Управление затратами как ключевой фактор эффективного развития предприятия // Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки. — 2020. — 3(19). — С. 158–161.
- Лазарева Н. В. Административно-налоговые льготы и господдержка как факторы развития малого бизнеса // Проблемы и перспективы предпринимательства в России : сборник научных трудов II национальной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 19 ноября 2020 года. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. — С. 98–100.
- Макаров И. Н., Назаренко В. С. ESG повестка как фактор конкурентоспособности бизнеса и регионов в контексте устойчивого развития // Ученые записки Тамбовского отделения РoCMY. — 2021. — № 24. — С. 26–37.
- Мосева А. С., Цымбалов С. Д. Конкурентоспособность как фактор устойчивого развития предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2022. — Т. 12, № 9–1. — С. 331–336. — DOI: [10.34670/AR.2022.76.94.015](https://doi.org/10.34670/AR.2022.76.94.015).
- Павлов С. О. Роль инноваций в создании конкурентного преимущества современной компании // Московский экономический журнал. — 2020. — № 9. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-innovatsiy-v-sozdanii-konkurentnogo-preimuschestva-sovremennoy-kompanii>.
- Смирнова Л. А. Оценка конкурентных преимуществ предприятия на основе анализа его инновационного потенциала / Л. А. Смирнова, Е. А. Павлова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1–1. — С. 583.
- Чуковский В. В. Основы реинжиниринга бизнес-процессов как фактор развития российских предприятий // Вестник Московской международной академии. — 2022. — № 2. — С. 220–223.
- Шкодинский С. В., Степанов Д. А. Цифровизация деятельности промышленных предприятий как стратегический фактор их устойчивого развития // Проблемы рыночной экономики. — 2021. — № 4. — С. 40–49. — DOI: [10.33051/2500-2325-2021-4-40-49](https://doi.org/10.33051/2500-2325-2021-4-40-49).
- Шпак П. С., Сычева Е. Г. Оценка экономической эффективности инновационно-активного предприятия как фактор его устойчивого развития // Экономический вектор. — 2022. — 1(28). — С. 133–142. — DOI: [10.36807/2411-7269-2022-1-28-133-142](https://doi.org/10.36807/2411-7269-2022-1-28-133-142).
- Coase R. H. The Nature of the Firm // *Economica*. — 1937. — Nov. — Vol. 4, no. 16. — P. 386–405. — DOI: [10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x).
- Penrose E. T. The Theory of the Growth of the Firm. — Oxford : Oxford University Press, 1959.
- Porter M. E. How Competitive Forces Shape Strategy // Readings in Strategic Management. — Macmillan Education UK, 1989. — P. 133–143. — DOI: [10.1007/978-1-349-20317-8_10](https://doi.org/10.1007/978-1-349-20317-8_10).
- Wernerfelt B. A resource-based view of the firm // *Strategic Management Journal*. — 1984. — 5 (2). — P. 171–180.