

Анализ факторов, влияющих на рост и результаты деятельности компаний малого и среднего бизнеса мукомольной и крупной промышленности

Генри Варужанович КАЗАРЯН

магистр программы «Управление инновациями и предпринимательство»

Департамент менеджмента

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Email: genri.kazaryan@mail.ru

Научный руководитель – Линдер Наталия Вячеславовна,

к.э.н., профессор Департамента менеджмента

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Genri Varuzhanovich KAZARYAN

Master degree student of УИиП2-1м academic group

Email genri.kazaryan@mail.ru

The research supervisor Linder Natalia Vyacheslavovna, Cand.Econ.Sci., professor of Department of management, Financial university at the Government of Russian Federatsi and

Аннотация: В статье предпринята попытка исследовать факторы, оказывающие влияние на рост и результаты деятельности компаний малого и среднего бизнеса мукомольной и крупной промышленности.

На основе проведенного анализа выделены следующие ключевые факторы влияния: внутриорганизационные элементы, такие, как ресурсы компании, ее способности и организационная структура, опыт и уровень компетенций, бизнес-среда, которая включает в себя микроуровень и макроуровень.

Ключевые слова: факторы роста, технологические организационные изменения, административные организационные изменения

ANALYSIS OF THE FACTORS AFFECTING THE GROWTH AND EFFICIENCY OF THE SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES IN THE MILLING AND CEREAL INDUSTRY

Abstract:

The article attempts to investigate the factors that influence the growth and performance of small and medium-sized businesses in the milling and cereal industry.

Based on the analysis, the following key factors are identified: intra-organizational elements, such as the company's resources, its capabilities and organizational structure, experience and competence level, a business environment that includes a microlevel and a macrolevel.

Keywords: growth factors, technological organizational changes, administrative organizational changes

Рост является одним из показателей результатов деятельности и важным фактором успеха предпринимательской фирмы. На данный момент ученые не пришли к согласию относительно критериев, характеризующих рост предпринимательской фирмы, наиболее популярными считаются: доля рынка, темп продаж и штат сотрудников. Для молодой предпринимательской фирмы рост имеет важное значение, в отличие от зрелой функционирующей компании, которая адаптировалась к условиям внешней среды и

достигла уровня жизнеспособности. Для малых компаний рост является средством выживания и достижения уровня жизнеспособности. Поэтому факторы, влияющие на рост и развитие компаний малого и среднего бизнеса, заслуживают отдельного изучения.

В рамках исследования было принято решение о проведении социологического исследования. Под компаниями малого и среднего бизнеса в проведенном исследовании понимались компании с числом сотрудников от 3 до 500. Была составлена выборка, в которую вошли 5 респондентов, работающих в отрасли мукомольной промышленности, из которых: 2 средних предприятия с численностью работающих от ста одного до двухсот пятидесяти человек, 3 малых предприятия с численностью работающих до ста человек. Исследование основано на результатах личных структурированных интервью с ключевыми респондентами, представляющими руководство организаций малого и среднего бизнеса в отрасли мукомольной промышленности.

Респонденты оценивали степень влияния факторов внешней и внутренней среды от 1 до 5, где 5 – показатель максимальной интенсивности.

Обобщенная оценка интенсивности факторов проходила с помощью метода среднего

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

арифметического:

Результаты опроса показывают, что компании последние 2 года активно занимались управлением организационных изменений (табл. 1)



Таблица 1. Оценка организационных изменений организаций.

Источник: составлено автором.

Способность компании управлять организационными изменениями и адаптироваться к реальным условиям имеет важное значение для выживания и роста. Существуют различные подходы к типологии организационных изменений: радикальные и инкрементальные, эволюционные и революционные, дискретные и кумулятивные и др. В настоящем исследовании рассматриваются два типа организационных изменений: технологические и административные изменения.

Технологические организационные изменения – это модифицирование производственных или операционных систем, которые могут затрагивать продукты, услуги и технологии производства. Технологические изменения помогают повысить эффективность производства, улучшить показатели, что в свою очередь увеличивает прибыль организации. В настоящее время большинство мукомольных организаций нуждается в техническом перевооружении, около 60% оборудования не соответствует современным требованиям. Как показывает исследование, респонденты отметили необходимость организационных технологических изменений и их интенсивность влияния: улучшение существующих продуктов (4,2) и изменение операционных процессов (4,2). Следует отметить, что успешное проведение технологических изменений часто требует изменений в административных процессах.

Административные изменения – это изменения во внутрифирменной системе, относящейся главным образом к административной области организации, которые включают в себя изменения в структуре и политике организации, системе вознаграждения персонала, трудовых отношениях, правилах субординации, системе управления и контроля. Административные организационные изменения должны быть направлены не только на улучшение показателей деятельности фирмы через адаптацию к бизнес-среде, но и на компенсацию недостатка знаний в области управления. Административные изменения могут облегчить проведение технологических изменений в условиях ограниченного опыта и знаний, что особенно важно для молодых предпринимательских фирм. Респондентами также были отмечены важность и результативность административных изменений: значительные кадровые перестановки в компании (4,2), изменения в организационной культуре (4,2) и т.д.

Респонденты первого этапа исследования указали, что участие в государственных закупках является эффективным инструментом роста и развития компании. Респонденты второго этапа также оценили интенсивность и эффективность применения этого инструмента (табл. 2).

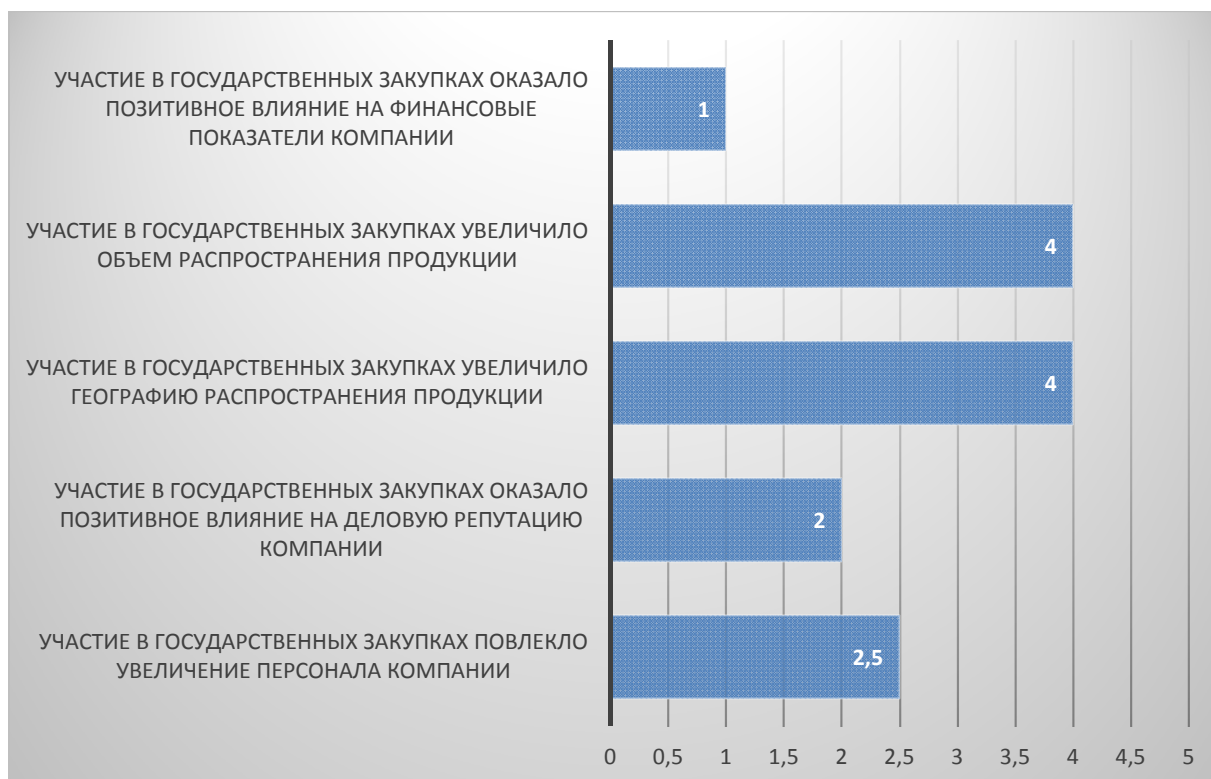


Таблица 2. Оценка влияния участия в поставке товаров для государственных нужд.

Источник: составлено автором.

Как показал опрос, участие в поставке товаров для государственных нужд увеличивает объем и географию распространения продукции. Это оказывает позитивное влияние на финансовые показатели компании, но в общем объеме реализации продукции не является значительным.

Компании, которые не принимали участия в государственных закупках, выделили следующие препятствия:

- Нехватка опыта и знаний в сфере государственных закупок
- Нехватка денежных ресурсов
- Некомпетентность заказчика
- Конкуренция с недобросовестными поставщиками
- Непрозрачность процесса закупок.

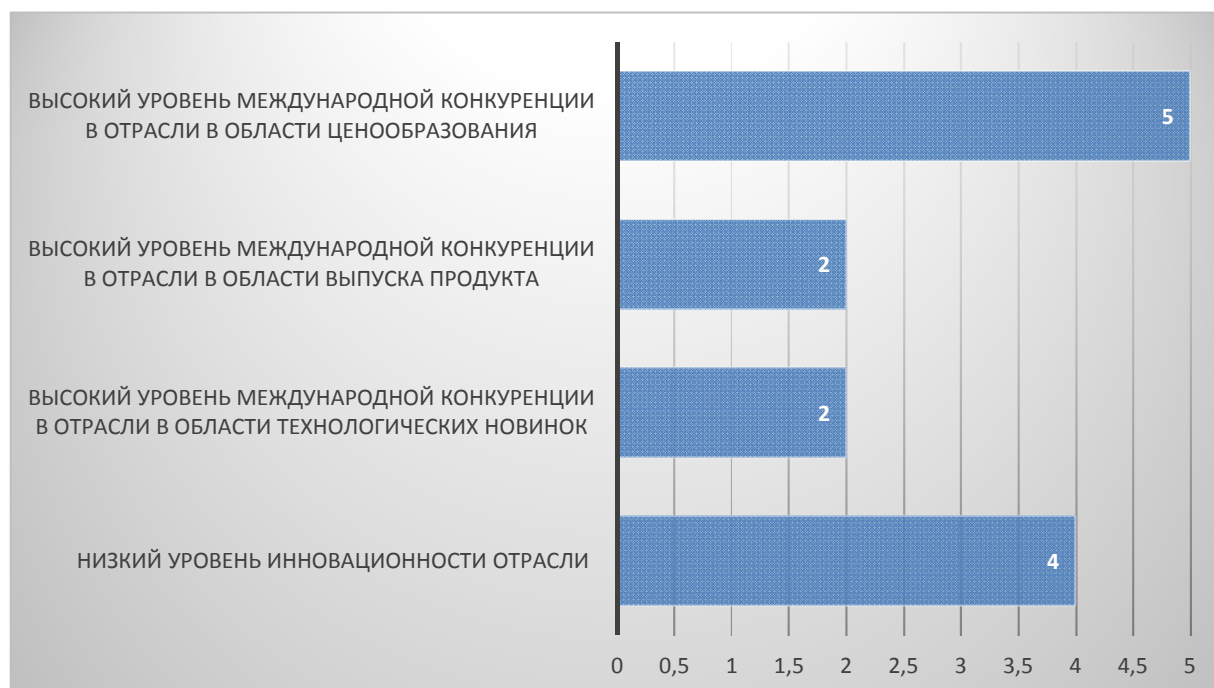
Таким образом, при формировании стратегии компаниям необходимо учитывать данные барьеры, принимать необходимые меры, проводить соответствующие технологические и административные изменения.

В условиях высокой внутренней конкуренции и перенасыщения рынка, выход на международный рынок может выступать эффективным инструментом роста компаний малого и среднего бизнеса. Целый ряд внешних и внутренних факторов оказывает влияние на возможность компании выйти на международный рынок. В рамках данного исследования рассматриваются три подхода стратегического поведения фирмы: ресурсный, отраслевой и институциональный. Респондентами были оценены барьеры, которые являются причинами отказа компаний выходить на международный рынок (табл. 3,4,5).

Ресурсный подход



Отраслевой подход



Институциональный подход

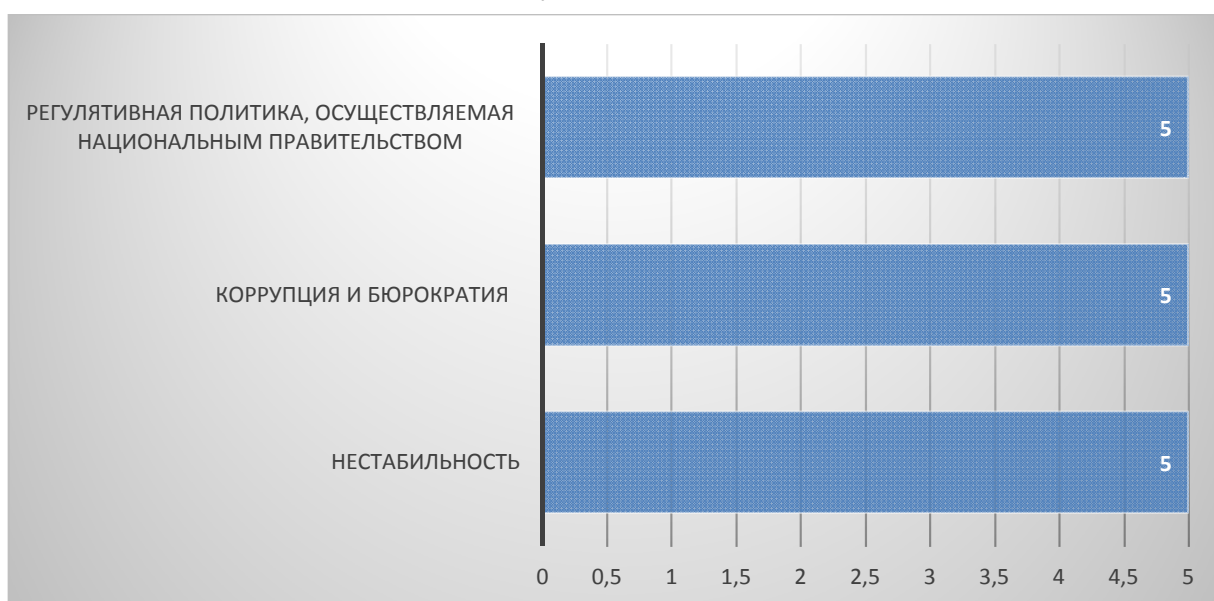


Таблица 3. Причины отказа компаний МСБ от выхода на международные рынки

Ресурсный подход направлен на поиски конкурентных преимуществ, которые компания может приобрести, используя редкие, ценные и не поддающиеся имитации ресурсы [3]. Выход компаний на зарубежные рынки осуществляется с помощью доступных для нее ресурсов. В процессе своей деятельности каждая фирма стремится приобрести как можно больше важных для своего развития ресурсов и проходит через ряд трудностей при осуществлении данного процесса.

Респонденты отметили, что отсутствие необходимых знаний и технологий является важной причиной отказа от выхода на международный рынок [6]. Это также связано с тем, что они редко могут нанять себе профессиональных управленцев и консультантов [5]. Предпринимательская компания, которая планирует выход на международный рынок, нуждается в человеческих и финансовых ресурсах для проведения

необходимых процедур, таких, как маркетинговое исследование, поиск партнеров и заказчиков, заключение договоров и т.д.

Предпринимательские фирмы вследствие ограниченности ресурсов в значительной мере вынуждены полагаться на личные и социальные связи в процессе выхода на международный рынок. Социальные сети помогают преодолеть ограниченность ресурсов, достичь необходимого уровня известности на новом рынке, а также служат источником информации об имеющихся возможностях. Респонденты также отметили важность наличия социальных сетей, и отсутствия контактов с зарубежными покупателями и партнерами [6].

В целом респондентами было отмечено, что отсутствие нематериальных активов больше влияет на решение компании о выходе на международный рынок, в отличие от отсутствия материальных активов: отсутствие необходимых денежных ресурсов [2,6], нехватка сырья [1] и т.д.

На результативность деятельности фирмы воздействуют внутриотраслевые условия. При анализе отрасли обычно анализируют количество конкурентов, гомогенность их продукции, а также существующие барьеры входа и выхода. Стремление компании выйти на международный рынок зависит от интенсивности конкуренции в отрасли, где функционирует фирма, а высокий уровень конкуренции на внутреннем рынке способен стимулировать компании принять решение о выходе на международный рынок.

Респондентами было отмечено, что в мукомольной промышленности высокий уровень международной конкуренции в отрасли ценообразования [6]. В первую очередь, это связано с основной проблемой компаний мукомольной промышленности – недозагрузкой мощностей, которая составляет 40%, что приводит к высоким издержкам и высокой себестоимости. Также это связано с диспаритетом цен на зерно и хлеб. Цены на зерно увеличились в 2012–2013 гг. на 40% по сравнению со странами, которые входят в ВТО, а цены на готовую продукцию из муки уменьшились в 4 раза.

Компании из инновационных отраслей имеют глобальный фокус, в то время как компании из более традиционных отраслей ориентированы на локальные рынки. Респонденты отметили, что низкий уровень инновационности отрасли является значительным фактором, который оказывает влияние на решение о выходе компаний мукомольной промышленности на международный рынок.

Институциональный подход предполагает, что институциональные силы являются источником возникающих возможностей, и оказывают влияние на решение фирмы выйти на международный рынок. Регулятивная политика, осуществляемая национальным правительством посредством внедрения налоговых льгот и других субсидий на развитие экспорта для компаний малого и среднего бизнеса, создает стимулы для фирм к выходу на международный рынок. Но если институты развиты слабо, транзакционные издержки возрастают, что может оказать негативный эффект на решение фирмы.

Респондентами было отмечено, что регулятивная политика нашего правительства оказывает сильное влияние на решение о выходе на зарубежные рынки [5]. Это связано с рядом негативных факторов:

- отсутствие государственного органа, отвечающего за эффективное функционирование мукомольной промышленности и агропродовольственного комплекса в целом;
- отсутствие стратегии развития мукомольной отрасли, в результате чего государство не принимает решения о ее модернизации и реформировании, отсутствует комплексный подход к созданию экономических, финансовых, кадровых, правовых и научно-технических предпосылок для инновационного развития предприятий и их выхода на мировой конкурентоспособный уровень;
- формирование нецивилизованного зернового рынка с активно развивающейся теневой составляющей. Такой рынок отличается нестабильностью и подвержен резким и значительным ценовым колебаниям, что не позволяет перерабатывающей промышленности планировать свою деятельность на долгосрочную перспективу, препятствует выходу российской продукции на мировой рынок;
- развитие нецивилизованного рынка муки, на котором в преимущественном положении оказались мини-мельницы, производящие продукцию по упрощенным технологиям, без лабораторного контроля и государственного учёта. Доля контрафактной продукции на мукомольном рынке сегодня превышает $\frac{1}{3}$ от

объёма всей выпускаемой в стране мукомольной продукции. Государство не обеспечивает здоровую конкуренцию на мукомольном рынке, не контролирует качество и безопасность муки;

- диктат федеральных и региональных сетей, ориентирующихся на дешёвую продукцию, который приводит к стремительному росту производства, реализации и потребления некачественной хлебопекарной продукции, зачастую производимой на мини-пекарнях из некачественного сырья, что серьёзно вредит здоровью населения. При этом в стране отсутствует система информирования потребителя о вреде потребления хлеба, произведённого из низкокачественной муки с нарушением технологического процесса;

- отсутствие в стране общедоступного, достоверного и прозрачного зернового баланса, оперативно формируемого ответственным органом, приводящим к диспропорциям, в том числе при планировании объёмов закупок, посевных площадей, себестоимости продукции, экспортных цен.

Также респондентами было отмечено, что в целом нестабильность [5], коррупция и бюрократия [6] негативно влияют на решение организации об интернационализации.

Список литературы:

1. Колодня Г. В. В чем состоит феномен российского предпринимательства? // Российское предпринимательство. 2008. № 4. С. 142 – 145.
2. Мотовилов О. В. Государственная поддержка малого инновационного предпринимательства // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. 2012. № 1. С. 35 – 48.
3. Трачук А.В., Линдер Н.В. Стратегия формирования устойчивых конкурентных преимуществ инновационно-ориентированными компаниями // В сборнике: Стратегическое планирование и развитие предприятий. Материалы Пятнадцатого всероссийского симпозиума. Под ред. Г.Б. Клейнера. 2014. С. 181-183.
4. Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий: пер. с англ. М.: Поколение, 2007. 336 с.
5. Широкова Г. В. Жизненный цикл организации: концепции и российская практика. СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2007. 480 с.
6. Широкова Г. В., Шаталов А. И. Факторы роста российских предпринимательских фирм: результаты эмпирического анализа // Вестник СПбГУ. Серия Менеджмент. 2009. № 2. С. 3 – 31.