

УДК 330.341.1

Р. Клёпфель

**ФАКТОРЫ УСПЕХА НА ПРЕДПРИЯТИИ – СОВРЕМЕННОЕ
ПОЛОЖЕНИЕ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ УСПЕХА С
НАЛИЧИЕМ АКТУАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ В
ОБЛАСТИ МИКРОПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье исследованы факторы успеха, влияющие на деятельность предприятий малого бизнеса; проведен анализ особенностей и качеств менеджмента отдельно взятого предпринимателя.

Ключевые слова: *малое предприятие, среднее предприятие, средний бизнес, микропредприятие, менеджмент.*

Актуальность тематики и описание проблемы

Менеджмент малого бизнеса, значение, ограничение и определение

Для определения малого и среднего предприятия (МСП) существуют как в Германии так и во всем мире различные термины и значения. Немецкое дефинирование предприятий среднего бизнеса понимается сегодня в основном как традиционное определение, к которому добавлены так же и управленческие должности, не работающие абсолютно независимо, а на базе определенного предприятия¹. Нормированное с правовой точки зрения или общепринятое, признанное определение для данной формы не существует.

Обозначение МСП используется все чаще для обозначения предприятия малого и среднего бизнеса. Эта формулировка соответствует английским определениям Small and Medium-Sized Busines (SMB) или так же Small and Medium-Sized Enterprises (SME).

Два определения приобрели статус основополагающих.

С одной стороны выработанное институтом исследований предприятий среднего бизнеса в Бонне (IFM)². Согласно данному определению к МСП (малое и среднее предприятие) принадлежат все частные предприниматели и лица, принадлежащие к свободным профессиям (профессиям на гонорарной основе) (в соответствии с § 18 о частном предпринимательстве Германии такими профессиями являются, например , врачи, адвокаты, архитекторы, налоговые советники, переводчики и т.п.), а так же все ремесленные производства. По данному определению малым предприятием называется предприятие с менее чем десятью работниками и годовым оборотом до или не более 1 миллиона евро. Под средним предприятием понимается предприятие с наличием до 500 работников и годовым оборотом до или не более 50 миллионов евро³.

Наряду с этими суммарными ограничениями, касающимися годового оборота и количества работников IFM установил так же и качественные критерии, которые необходимы для характеристики и определения предприятия среднего бизнеса:

- единство собственности, гарантии и управления
- независимость предприятия от концерна
- полная, далеко идущая ответственность владельца предприятия в принятии всех важных и значимых для предприятия решений⁴

Другим определением является выбранное и используемое Европейской комиссией с 2005 года свое собственное обозначение для предприятий малого и

⁴ Günterberg, B./Wolter, H.-J.: Unternehmensgrößenstatistik 2001/2002, Institut für Mittelstandsforschung Bonn, 2002

среднего бизнеса МСП. Здесь тоже установлены пороговые показатели количества работников, годового оборота, бухгалтерского баланса; так же большую роль играет независимость предприятия от концерна.

Европейский Союз предусматривает тройное разделение предприятий малого и среднего бизнеса, при этом основополагающе различаются среднее, малое и микропредприятие. Среднее предприятие обеспечивает деятельностью до 250 сотрудников при годовом обороте не более 50 миллионов евро и при соответствующем бухгалтерском балансе до 43 миллионов евро. Малое предприятие задействует максимально до 50 сотрудников при годовом обороте максимально 10 миллионов евро и соответственно имеет бухгалтерский баланс не более 10 миллионов евро.

Микропредприятие задействует не более 10 работников и имеет соответственно годовой оборот и бухгалтерский баланс не более 2 миллионов евро.

При этом устанавливаются и требуются к исполнению так же и качественные критерии для выполнения каждым МСП выше названных требований. Более того предприятию принципиально не позволяется разрешать прямое или косвенное контролирование более чем 25% от своего капитала или права голоса общественным организациям или органам общественного права сообща или по отдельности⁵.

Как Европейский союз, так и институт исследований в Бонне обосновывают требования к соответствующим определениям различными запросами, например: распределением средств на развитие и продвижение предприятия⁶.

Значимость МСП

Микропредприятия, а так же предприятия малого и среднего бизнеса играют тем самым в Европе и соответственно в Германии центральную роль. Они образуют важнейший источник предпринимательских способностей, нововведений и возможность использования рабочих ресурсов. В 25 государствах Европейского союза насчитывается приблизительно 23 миллиона малых предприятий, которые предоставляют 75 миллионов рабочих мест и тем самым образуют 99% от общего составляющего количества предприятий⁷. Однако следует отметить постоянную конфронтацию малых и средних предприятий с несовершенством рынка. Зачастую уже в фазе основания проявляются проблемы при распределении капитала и выдаче кредита.

Менеджмент малого бизнеса

Данная работа исследует факторы успеха в менеджменте предприятий малого бизнеса. Это эмпирическая работа, которая ориентируется по установленному Европейским Союзом определению микропредприятия, так как данное дефинирование по отношению к размеру годового оборота предоставляет более широкое маневрирование и в связи с этим позволяет привлечь к рассмотрению большее количество предприятий.

Одновременно – в соответствии с тезаи – исследование микропредприятия дает возможность более конкретного анализа особенностей и качеств менеджмента отдельно взятого предпринимателя.

При этом предполагается, что именно в таком предприятии ясно прослеживается и подтверждается прямая причинная зависимость между личностными особенностями предпринимателя и успехом самого предприятия.

⁵ Amtsblatt der Europäischen Union L 124, Empfehlung 2003/361/EG der Kommission, S. 36, veröffentlicht 20.5.2003

⁶ Amtsblatt der Europäischen Union L 124, Empfehlung 2003/361/EG der Kommission, S. 36, veröffentlicht 20.5.2003

⁷ Amtsblatt der Europäischen Union L 124, Empfehlung 2003/361/EG der Kommission, S. 36, veröffentlicht 20.5.2003

Индивидуальные факторы успеха

Исходным является вопрос, в какой зависимости находится успех микропредприятия от персональных, личностных качеств предпринимателя или менеджера, как далеко заходит данная зависимость и существует ли возможность и пороги измерения данного соответствия.

Центральным методом исследования является индивидуальный опрос предпринимателей. „Индивидуально“ в данном контексте означает „лично“, то есть к рассмотрению притягивается непосредственно персона самого предпринимателя. Для данных целей была разработана и составлена специальная анкета, которая дается для заполнения непосредственно предпринимателю. Обработка данных такой анкеты проводится на основе социально-демографических и психологических анализов.

Исследованию подлежали 111 предприятий. Как результат был разработан и составлен анализ личности.

Как факторы успеха были рассмотрены и исследованы так называемые „Skills“ – квалификационные факторы. Эти квалификационные факторы являются специфическими способностями и особенностями предприятия. Что именно является особенно хорошим производственным товаром предприятия? Что придало предприятию известность? На базе каких особенных позитивных качеств, сильных сторон и способностей сооружен успех предприятия? Существуют ли пробелы в ряду этих факторов? Насколько актуальны новшества сотрудников и управленческих должностных лиц в области их деятельности и в вопросах управления?

Стратегические исследователи С.К. Прахалад и Гарри Хамел определяют базовую компетентность как особую способность, которая позволяет предпринимателю на основе своих идей и предложений способствовать достижению наибольшей выгоды для своих клиентов. Они определяют так же данную базовую компетентность как „коллективное знание“ целого предприятия.

Основным тезисом этих ученых является следующее утверждение: тот, кто стремится занять руководящую позицию в конкурентной борьбе, должен длительно вырабатывать и развивать базовую компетентность.

Традиционно различают так называемые Hard и Soft Skills. При этом рассматриваются не только доступные к объективной проверке посредством изучения документации такие твердые и обоснованные квалификационные факторы (Hard Skills) как, например, сертификат о получении школьного образования, наличие профессионального обучения или экономические данные, но и „Soft Skills“, так называемые эмпирические квалификационные факторы - „способности выходить за рамки профессиональных знаний, находящиеся на эмоциональном и коммуникативном уровне“⁸.

На данной основе была разработана анкета, задачей которой является выявление этих уровней.

Изложение основного материала исследования

Исследования, проведенные в Германии в первой половине двадцатого столетия ограничиваются прежде всего единичными аспектами успеха, обоснованными моделями, которые исследовали как правило очевидные факторы, такие как особенно хорошая и стабильная финансовая защищенность, особая деятельность и специальные способности⁹.

Немногим позже, в пятидесятые годы на рынке появились и приобретали значение проводимые в Соединенных Штатах исследования, целью и объектом

⁸ Gabriele Peters-Kühlinger; Friedel John; Erfolgreicher mit Soft Skills, S.6

⁹ Pausch, Sabine, Der strategische Erfolg von Unternehmen, S.3

которых являлся менеджмент. Основой для этого являлось возрастающее количество больших фирм и концернов, которые располагали своими собственными отделами менеджмента. На основе этого факта развитие учения о менеджменте получило собственное направление исследований¹⁰.

Данное же исследование в области факторов успеха занимается конкретно рассмотрением центральных факторов, влияющих на успех предприятия¹¹.

Данная работа отличается и отделяется от господствующего направления исследований тем, что предпринимает разработку конкретно в сегменте выше названных и описанных микропредприятий, при этом речь может идти как о семейном предприятии, так и при определенных обстоятельствах, о единичных персонах.

В настоящее время актуальность и значимость исследования факторов успеха подвергается сомнению¹². Конкретно ставится под сомнение то, что причинные связи между успехом как таковым и отдельными, предполагаемыми факторами успеха зачастую не могут быть установлены и доказаны¹³.

На данный момент были проведены исследования факторов успеха в основном в средних и больших предприятиях. Часто высказывается недовольство, что единичные факторы успеха как правило не могут быть изолированы и обособлены; более того, что успех данного предприятия определяется в соответствии с принципом многосторонней причинности через различные внутренние составляющие¹⁴.

В менеджменте малого бизнеса в данный момент ясно просматриваются в основном рудиментарные результаты исследований. Предприниматели из исследуемых слоев не располагают углубленными и закрепленными результатами исследования.

Автор данной работы предпринимает попытку помочь заполнить этот информационный пробел.

Научно-популярные работы

В восьмидесятые годы появилось получило распространение большое количество литературы, утверждающей выявление и определение решающих квалификационных факторов (Soft Skills), которые необходимы для управления предприятием.

На основе данной „специализированной“ литературы были предприняты попытки обучения и специальной тренировки менеджеров¹⁵. При этом речь шла о тренинге в области менеджмента и связанной с ним „тренировочной литературе“ с сегментами мотивационного тренинга.

Однако подобная литература наделена точкой зрения и личным опытом конкретного автора и ни малейшим образом не базируется на методах научных исследований.

Данная литература является общим, изначальным, исходным пунктом для предпринимателей и управляющих должностных лиц. Дальнейшей общей определяющей целью является изменение личности. Исходя из идеального образа, который может определяться по-разному, в зависимости от позиции автора, зачастую

¹⁰ Pausch, Sabine, Der strategische Erfolg von Unternehmen, S.3

¹¹ Pausch, Sabine, Der strategische Erfolg von Unternehmen, S.3

¹² Nicolai, Alexander; Kieser, Alfred; Trotz eklatanter Erfolgslosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs, S. 1 ff.

¹³ Nicolai, Alexander; Kieser, Alfred; Trotz eklatanter Erfolgslosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs, S. 1 ff.

¹⁴ Forsmann, Daniel; Haenecke, Henrik; Zerres, Christopher; Zerres, Michael; Erfolgsfaktorenforschung, Online-Publikation, 2005

¹⁵ z.B. Collins, Jim; Der Weg zum Besten
Collins, Porras; Immer erfolgreich
Dörner, Dietrich; Die Logik des Misslingens
Nemeczek; Fun Economy

утверждается, что данная идеальная фигура (личность предпринимателя) как собственно самостоятельный, независимый фактор успеха и притягивает на себя успех для всего предприятия¹⁶.

Описание области исследования

В процессе исследования были опрошены 111 предприятий и на основе результатов анкеты был проведен анализ данных.

Все предприятия имеют резиденцию в Германии.

Все исследуемые объекты являются микропредприятиями согласно выше приведенному определению, установленному Европейским Союзом.

В данном случае является несущественным, в какой правовой форме данное предприятие представлено на рынке.

Исследование направлено непосредственно на личность предпринимателя, так как в центр внимания поставлены особенности взглядов и деятельности владельца предприятия, соответственно управляющего по отношению к факторам успешности этого предприятия. Так как принято считать, что успех микропредприятия стоит в первую очередь в прямой зависимости к личности предпринимателя, то в этом случае из исследования исключаются точка зрения и особенности имеющегося в наличии персонала.

В данной работе проводятся научные исследования на основе данных, собранных в период с 2006 по 2008 год, целью которых является разработка, ведущая к созданию формулы совокупности факторов успеха.

Вопросы исследования, гипотезы и цели

Целью являлось выяснить, какие особенности и качества личности предпринимателя или управляющего должностного лица являются решающими для успеха его предприятия.

На основе полученных результатов предприниматели, соответственно, управляющие и внутренние советники должны быть наделены возможностью провести самостоятельно оценку и анализ своего предприятия по отношению к предпринимательскому успеху данного предприятия.

Ответ на данные вопросы может являться решающим с одной стороны для руководителей уже существующих предприятий, с другой стороны - в вопросах передачи предприятия другому владельцу, унаследования предприятия или же при образовании нового предприятия.

Для отдельных вопросов была разработана упомянутая выше анкета.

Гипотезы

1. Личностные ценности предпринимателя – как усердие, выдержка, честность и порядок – являются решающими в успешном ведении предприятия.

2. Предприниматель, который является успешным непосредственно на основе финансовых данных, должен и в своих персональных личностных особенностях иметь квалификационные качества (Soft Skills), которые являются непосредственными причинными факторами успеха его предприятия.

3. Для успешного ведения предприятия и в зависимости от размеров данного предприятия соотношение Hard-Skills и Soft-Skills должно быть в процентном соотношении различным.

¹⁶ z.B. Collins, Jim; Der Weg zum Besten
Collins, Porras; Immer erfolgreich
Dörner, Dietrich; Die Logik des Misslingens
Nemeczek; Fun Economy

4. Здоровье и благополучие самого предпринимателя предполагает предпринимательский успех.

5. Высокие прибыли сами по себе ни в коем разе не являются единственно релевантными показателями, достаточными для документирования успеха предприятия.

Решающим определителем выступает в первую очередь личность предпринимателя. При этом проводится анализ его персональных особенностей, а также его окружение в приватном и профессиональном плане.

Также изучаются вопросы: какое воздействие имеют Soft Skills в отдельности. К таковым относятся прежде всего такие качества:

- | | |
|--|-------------------------------|
| → дисциплина | → управленческие качества |
| → самостоятельность | → мотивация |
| → формы поведения | → коммуникативная способность |
| → способность к коллективной работе... | |

Результаты исследования автора

Выводы

Как результат проведенного автором исследования можно обозначить пять основных высказываний, сделанных владельцами микропредприятий, которые вводят исследователя в суть вещей. Таковыми являются:

1. глубокая привязанность предпринимателя к „постоянным клиентам“
2. факт того, что не смотря на наличие на рынке конкурентов с громким именем, присутствует способность сохранять свою рыночную позицию
3. способность, не взирая на бюрократические помехи быстро и действительно распознавать новые рыночные возможности и быстро проникать в свободные ячейки рынка
4. личная убежденность по отношению к своему собственному предприятию как к показательному, наличие гордости по отношению к своему производству
5. осознание того, что по причине малой величины предприятия вполне реальна угроза поражения собственного микропредприятия в конкурентной борьбе от новых участников рынка.

Заключение

Как метод исследования был взят так называемый дискриминантный анализ. Высказывания сами по себе не обязательно представляют собой единое целое и на основе этого факта нуждаются в интерпретации. На первый взгляд они могут вызывать противоречивое впечатление. На самом деле это не так.

При рассмотрении результатов эмпирического исследования автора можно прийти к выводу, что данные результаты, тем не менее, требуют дальнейшей дискуссии.

Прочная привязанность к постоянным клиентам вырабатывается только тогда, когда данное предприятие приобретает стабильное положение на рынке. Поэтому данный фактор не берется к рассмотрению в фазе основания предприятия. Однако в соответствии с трендом уже в начальной фазе образования предприятия все равно должна быть предпринята попытка возведения как можно большего количества клиентов в ранг постоянных. С момента фазы роста производства данного предприятия именно создание круга постоянных клиентов играет значительную роль.

Вопрос собственного позиционирования на рынке тоже не может быть недооценен. Рынок находится в постоянном движении. Одна только теория жизненного цикла товара показывает и подтверждает то, что в различных временных рамках соотношение спроса и предложения находится в постоянно меняющейся позиции. Предпринимателю необходимо постоянно анализировать собственное рыночное положение и в зависимости от ситуации расширять его.

Монополизация рынка удается не всегда и не может рассматриваться как высшая цель предприятия. Это сравнимо с собственной переоценкой. С другой стороны расширение рыночной позиции возможно как теоретически, так и практически, до тех пор, пока не достигнута монополизация или ведущая рыночная позиция.

Микропредприятия в своей структуре отличаются от больших предприятий в основном в структуре иерархии. Зачастую микропредприятию благодаря высокой гибкости удается быстрее реагировать на рыночные изменения и на основе этого завоевывать новые позиции. С другой стороны большие предприятия содержат в себе большой потенциал при налаживании производства и формировании дела, а так же в отношении персонала и потому могут так же быстро снова найти вход на рыночную платформу. Важным является так же то, что по сравнению с микропредприятием большое предприятие располагает несравнимо большим капиталом. При обращении к этому факту решающим является то, каковым является качество процесса образования круга постоянных клиентов в данном микропредприятии. Даже при условии того, что большое предприятие смогло снова вернуться на рынок в определенной области, микропредприятия не теряют способность сохранять и защищать свои позиции на поле большой конкурентной борьбы.

Не ставится под сомнение тот факт, что первый и второй фактор успеха находятся в тесной взаимосвязи.

Сокращение бюрократии является на протяжении многих лет большим требованием, как на большом предприятии, так и в государственном управлении. Во время того, как на большом предприятии этот процесс затягивается и не представляет собой ясной структуры, на микропредприятии результирует прямая и ясная иерархическая структура, основанная скорее на нехватке собственного капитала или персонального обеспечения. Такое положение ведет зачастую к большой нагрузке и даже сверхнагрузке микропредприятия и приводит к большим затратам физических и психических ресурсов.

Ответ на вопрос об успехе предприятия является без сомнения гордость по отношению к своей фирме. На это было уже не раз направлено внимание (*Süddeutsche Zeitung* 2007)

Гордость в этом понимании не имеет ничего общего с заносчивостью. Наряду с удовлетворенностью собой и своим микропредприятием в данном высказывании проступает тематика аутентичности. Предприниматели, действующие достоверно, аутентично, анализировали себя очень основательно и детально и действуют из собственных убеждений. Они, как правило, не могут подвергаться манипулированию и не позволяют втягивать себя в сомнительные сделки. Они проявляются во всей полноте своих убеждений и не редко кажутся некоторым персонам „неудобными“ современниками.

На данном этапе возникает для автора проблема, действительно ли в данном случае идет речь о новом переосмыслении и осознании, или же предприниматель в нашем сегодняшнем „на показ“ развитом обществе попросту забыл, игнорирует или пытается подавить проверенные временем истины. Старая египетская мудрость гласит: „Иди своим собственным путем и не старайся плыть по течению“!

В результате как импульс кристаллизуется давление успеха, присутствующее по крайней мере в подсознании малого предпринимателя при осознании реальной возможности потери рыночной позиции, которое подталкивает и помогает предпринимателю принимать активное участие в рыночной борьбе, активизирует приток адреналина и вносит вклад в рыночные наблюдения посредством анализа деятельности малого предпринимателя. Как следствие этого именно это осознание опасности и возможности быстрого распада предприятия является само как таковое фактором

успеха.

Факторы успеха микропредприятия в определенной мере характеризуются личностными, персональными особенностями предпринимателя и профилем его действий.



$$\text{Факторы успеха} = a\alpha + b\beta + c\gamma + d\delta + e\epsilon + \dots?$$

Поэтому на данном уровне исследования наличие общей формулы для гарантированного достижения успеха не существует.

Факторы успеха соответственно находятся в постоянной трансформации в зависимости от внешних факторов влияния. Однако при конкретном рассмотрении факторы успеха микропредприятия являются в существенной степени индивидуальными и достаточно стабильными.

Выявленные в работе данного автора факторы успеха являются сигнификатными для владельцев микропредприятий в Германии.

Список использованной литературы

1. Amtsblatt der Europäischen Union L 124, Empfehlung 2003 / 361 / EG der Kommission, S. 36, veröffentlicht 20.5.2003.
2. Gabriele Peters-Kühlinger; Friedel John; Erfolgreicher mit Soft Skills, S.6.
3. Günterberg, B./Wolter, H.-J.: Unternehmensgrößenstatistik 2001/2002, Institut für
4. Mittelstandsforschung Bonn, 2002.
5. Forsmann, Daniel; Haenecke, Henrik; Zerres, Christopher; Zerres, Michael; Erfolgsfaktorenforschung, Online-Publikation, 2005.
6. Nicolai, Alexander; Kieser, Alfred; Trotz eklatanter Erfolgslosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs, S. 1 ff.
7. Pausch, Sabine: Der strategische Erfolg von Unternehmen, Online Publikation, S.3, 1999.
8. Schlecht, O.: An der Stärke des Mittelstandes zeigt sich der Erfolg der
9. Sozialen Marktwirtschaft, Orientierungen zur Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, Nr.: 89, S. 8 – 14, 3/2001.

Статья надійшла до редакції 07.06.2011.

R. Klöppel

FACTORS OF THE ENTERPRISE SUCCESS - PRESENT STATUS OF SCIENTIFIC RESEARCH OF SUCCESS FACTORS WITH ACTUAL RESEARCH RESULTS FOR SMALL BUSINESSES

The paper studies the success factors affecting the operation of small businesses, an analysis of characteristics and qualities of the management of a single entrepreneur.

УДК 658.101

А. В. Сидорова, О. А. Курносова

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ: ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

В статье представлена усовершенствованная модель оценки эффективности использования ресурсов металлургических предприятий с учетом инновационной составляющей для повышения эффективности их бизнес-процессов в современных условиях.

Ключевые слова: инновации, металлургическое предприятие, эффективность использования ресурсов, чистый доход.

Вектор экономического развития Украины, направленный в сторону рыночного хозяйства, кардинальные изменения, происходящие в нашей стране предопределили новый взгляд на ключевые составляющие бизнеса. Важнейшими характеристиками рыночной модели управления экономикой на микро- и макроуровнях стало усложнение протекающих социально-экономических процессов, снижение стабильности среды, высокая неопределенность условий предпринимательской деятельности. Адаптация