

*Miller Alexander Emelyanovich (Russian Federation, Omsk) – doctor of economics sciences, professor, the head of the department of Economics and Financial policy, Omsk state university of F.M. Dostoyevsky (644077, Mira av., 55a, e-mail: aem55@yandex.ru).*

*Miller Andrey Aleksandrovich (Russian Federation, Omsk) – teacher of department of economics and financial policy Omsk state university of F.M. Dostoyevsky (644077, Mira av., 55a, e-mail: andremler@mail.ru).*

Работа проводилась при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект № 16-12-55008.

УДК 322.025

### **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МЕХАНИЗМЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РАЗМЕРОВ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ФИРМ**

Е.В. Романенко, В.В. Бирюков  
ФГБОУ ВО «СибАДИ», Россия, г. Омск.

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы развития теории предпринимательства и дифференциации размеров предпринимательских фирм. Представлена уточненная методология, позволяющая на основе формирования многоуровневой системы ценностей решать проблемы исследования влияния культурно-ценностных факторов на цели и мотивы предпринимательства, а также, на конструирование связей внутренней и внешней среды. Предлагается интегративно-динамический подход к анализу предпринимательских фирм, причин и факторов формирования граничных условий их успешной деятельности.

**Ключевые слова:** предпринимательство, институциональное предпринимательство, бизнес-предпринимательство, сектор малого и среднего бизнеса, культурно-ценностные ориентации, институциональные изменения, инновации, эффект возрастающей отдачи.

#### **Введение**

Сегодня возрастает значимость разработки подходов к исследованию предпринимательства как специфического вида инновационной деятельности, а также механизмов формирования успешной деятельности предпринимательских фирм. Однако применяемые концепции и модели часто предлагают разную интерпретацию причин, мотивов и движущих сил предпринимательства, а также процессов развития и реализации конкурентных преимуществ на основе инновационных изменений. Поэтому важным становится разработка подхода, позволяющего сформировать системно-целостное видение процессов взаимодействия структурных условий и поведения предпринимательских фирм.

#### **Анализ исследований проблемы**

Концептуальные особенности доминирующих сегодня подходов, связанных с изучением предпринимательства и предпринимательских фирм, определяется тем, что мейстрим экономической науки исходит из принципа методологического индивидуализма; этого принципа придерживаются сторонники неоклассической и австрийской школ, неоинституциональной

теории, эволюционной и поведенческой экономики. В данных условиях поиск содержательного ответа о причинах и механизмах осуществления инновационных изменений неизбежно обнаруживает недостаточность стандартного инструментария активно используемых концепций и экономических моделей, которые обычно опираются на теорию рационального выбора. Объяснение происходящих в экономике изменений с точки зрения частных интересов, теряя из виду ключевые механизмы влияния системных связей, приводит к необходимости ограниченной интерпретации целей и предпочтений индивидов, к рассмотрению их как экзогенных параметров.

В соответствии с классическими представлениями, традиции которых были заложены во многом Й. Шумпетером, предпринимательство рассматривается как антрепренерство, а предпринимателями называют хозяйственных субъектов, функцией которых является, выявление и осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент [1, с. 169-170]. При этом в результате инновации за счет применения новых комбинаций производственных факторов осуществляется

«конструктивное разрушение» (creative distraction) и создается ценность, включающая инновационную ренту. Интерпретация предпринимательства как интрапренерства в соответствии с подходом Г. Пиншота предполагает целенаправленное использование предпринимательского таланта и творческих способностей сотрудников для организации прибыльного бизнеса. Поведение предпринимателя во многом соответствует поведению классического типа «человека экономического», при этом он обладает исключительными, «героическими» характеристиками, проводит свои идеи часто без согласования с коллективом [2].

Кроме рассмотрения вопросов, связанных с интерпретацией предпринимательства как бизнес-предпринимательства, сегодня активно разрабатывается концепция институционального предпринимательства, которая, основываясь на предпосылках методологического индивидуализма, предполагает, что субъектом институциональных изменений является индивидуальная предприниматель, реагирующий на стимулы, заложенные в институциональной системе. Предприниматели в экономике и политике направляют свои таланты или знания на поиск возможностей, либо непосредственно или косвенно путем соизмерения издержек и выгод от выделения ресурсов на цели изменения правил [3, с. 108, 112-113]. Данная концепция разрабатывается в рамках неинституциональной теории, а также социологии и неаустрийской школы.

В настоящее время часто в качестве исследовательской платформы, позволяющей формировать общую теорию предпринимательской фирмы, предлагается неинституциональная контрактная (транзакционная) теория, включающая идеи об ограниченной рациональности субъектов, специфичности активов, оппортунистическом поведении и агентской модели. Складывающиеся в рамках стратегического менеджмента альтернативные подходы критикуют данную теорию, так как она статична и уделяет мало внимания созданию рынков, предполагая, что ресурсы, продукция и технология являются данными, так что экономическая задача заключается только в их комбинации способом, минимизирующим транзакционные издержки [4]. Кроме того, в современных условиях критическому анализу подвергаются исследовательские программы, которые недооценивают значимость высокой изменчивости бизнес-среды – теория

конкурентных стратегий, ресурсная концепция и др. – и активно разрабатываются более реалистичные динамические подходы – теория фирмы, основанной на знаниях, концепция динамических способностей, экосистемный подход и др.

Вместе с тем важнейшим изъяном доминирующих в настоящее время концепций предпринимательства, предпринимательской фирмы, стратегического менеджмента и организационных изменений, является то обстоятельство, что они неизбежно интерпретируют роль культуры весьма ограниченно – обычно в качестве одного из факторов, выступающего в виде препятствия (барьера) при осуществлении инновационных изменений; при этом не учитываются особенности культурно-ценностных ориентаций, и упускается из виду тот факт, что они могут меняться и выступать мощным организационным ресурсом, формируя опорный каркас экономической деятельности на всех ее уровнях, а не лишь одну из возможных составляющих в цепочке создания добавленной ценности.

Сегодня, как отмечает Д. Лал, хотя многим экономистам-теоретикам вопрос о культуре и экономическом развитии представляется неопределенным, путанным и бестолковым, но практики, занимающиеся разработкой программ экономического развития, указывают на важность культуры. В связи с этим, он ссылается на книгу Л. Харрисона «Кто процветает» – как культурные ценности формируют экономический и политический успех [5, с. 15]. Как пишет Ф. Фукуяма, «современной экономической теории, следовало бы, настолько это возможно, уйти от узости «неоклассической» версии и вернуться к «классической» широте охвата, приняв во внимание способы, которыми культура влияет на человеческое поведение вообще и экономическое поведение в частности» [6, с. 31, 39].

Совершенный в последние десятилетия методологический «поворот к культуре» на основе конструктивистского подхода предполагает разрыв с позитивизмом, господствующим в сфере познания в XX в. и поиск менее жестких версий холизма. Социальный конструктивизм рассматривает культуру как зарождающуюся систему разделяемых смыслов, которые управляют перцепцией, коммуникацией и действиями, отмечая, что в процессе взаимодействий субъекты вырабатывают однотипные коллективные представления,

договариваются об единых нормах и правилах. Однако «ни конструктивизм, ни теория рационального выбора не обеспечивают содержательных объяснений или прогнозов поведения, пока оно не будет соединено с более специфическим пониманием того, кем являются соответствующие акторы, чего они хотят, и каков контекст социальной структуры мог бы быть» [7, с. 393]. Таким образом, сегодня возникла настоятельная потребность разработки теоретико-методического инструментария, позволяющего реалистично описывать предпринимательство и механизмы инновационного развития конкурентных преимуществ разноразмерного бизнеса с учетом его отличительных особенностей.

### **Предпринимательство и ценностные ориентиры бизнеса**

Экономическая реальность объективна, предприниматель не может игнорировать утвердившиеся культурные нормы и правила институционального порядка. Он не всегда в полной мере осознает их нормативное давление, полагая, что поступает свободно и рационально, хотя на деле воспроизводит привычные модели поведения, следуя сложившимся стереотипам и ценностным предпочтениям. Вступая во взаимодействия с другими людьми, предприниматель интерпретирует их намерения, оценивает их поступки в соответствии со своей ценностной шкалой. Но эти интерпретации и оценки также не произвольны, они определяются укоренившимися в обществе представлениями о статусно-ролевых требованиях и культурно-ценностных предпочтениях [8, 9, 10].

Предлагаемый в статье структурно-динамический подход исходит из дуальной природы предпринимательского поведения, которое характеризуется уникальным сочетанием общесистемных и индивидуальных параметров и приоритетов их ценностно-рациональной деятельности. Сегодня многие исследователи указывают на то, что мотивация делового поведения в реальных условиях значительно сложнее ориентации на максимизацию текущей прибыли. Так, в концепциях корпоративного управления, стратегического менеджмента, корпоративной социальной ответственности и этики бизнеса концентрируется внимание на необходимости поиска таких стратегических позиций, которые обеспечивают устойчивое развитие компании, позволяя получать существенные выгоды, и таким образом

вносят вклад в эффективность реализации ее миссии [11].

Ориентация на достижение долговременного успеха, а не на получение «сиюминутной выгоды», связана с формированием многоуровневой системы ценностных ориентаций. Базовыми ценностями являются устойчивые конкурентные преимущества, которыми фирма стремится обладать в будущем; в качестве ведущих ценностей выступают вторичные по отношению конкурентоспособности показатели, обеспечивающие сбалансированное достижение основной цели – финансовые показатели (созданная ценность, добавленная ценность, прибыль и др.), инновационно-технологические показатели развития интеллектуального капитала и т.д.; обеспечивающие ценности выражают приоритетные подходы в формировании связей внутренней и внешней среды. Конструируемая на основе культурно-ценностных представлений о желательной модели поведения фирмы цепочка получения эффекта от производимой ценности предполагает направление дохода от продажи товаров как носителей конкурентоспособных ценностей на воспроизводство бизнеса и создание новых конкурентных преимуществ.

Бизнес, как вид человеческой деятельности, не является этически нейтральным и имеет ценностную составляющую. Создание ценности выступает как сложный процесс, на который влияют все заинтересованные стороны фирмы и который зависит от ее взаимоотношений с обществом и внутренних связей. Всю систему взаимодействий фирмы с деловой средой важно строить на поиске уникального позиционирования, включая ее отношения с конкурентами и потребителями, позволяющее успешно создавать ценности для фирмы и для общества.

Возникающая в экономике эндогенная связь с этикой, характеризует то обстоятельство, что поиск прагматических форм и способов реализации этических принципов в сложившихся структурных условиях ориентирован на формирование наиболее благоприятной деловой среды на всех ее уровнях, способствующей созданию наибольшего совокупной выгоды сбалансированному ее распределению на основе развития разделения и кооперации труда, генерирования инновации и сетевых эффектов. Поэтому при выборе модели

трансформации цепочки создания ценности в процессе инноваций для предпринимателя важным становится применение общепринятой системы культурно-ценностных измерителей, позволяющих взвешивать и сопоставлять положительные и отрицательные эффекты принимаемых решений, и выбирать наиболее приемлемые и взаимовыгодные, формируя на этой основе необходимый уровень доверия, репутации и привлекательности своего бизнеса и используя такие прагматически понимаемые ценности, как справедливость, равенство, свободы, солидарность и др. Факторы внешней и внутренней среды, формирующие рыночные условия и мотивы поведения предприятия, способны вызвать существенные расхождения общественных и частных выгод в результате избыточного давления (запросов) общества и общественных групп, а также ориентации предприятия на краткосрочные результаты в ущерб долгосрочным. Многочисленные примеры корыстного поведения бизнеса и неэффективного использования ресурсов указывают на важность устранения дисфункций системы культурно-ценностных установок и институтов, вызывающих существенное расхождение частных и общественных интересов.

Предпринимательский доход выступает как плата, которую получает предприниматель за выполнение разных видов деятельности, в том числе за реализацию своих организаторских способностей по выявлению возможностей, объединению и использованию экономических ресурсов и риска возникновения убытков. В этом доходе можно выделить три составляющие: во-первых, доход в форме заработной платы за выполнение традиционных видов деятельности; во-вторых, предпринимательскую прибыль за осуществление управленческой деятельности на инновационной основе, поиск и внедрение новшеств в условиях неопределенности и риска; в-третьих, предпринимательскую ренту при наличии монопольной рыночной власти.

### **Эффект возрастающей отдачи и дифференциация размеров бизнеса**

В связи с неоднородностью бизнес-среды и неопределенностью ее изменений в экономике появляются структурные (культурные, институциональные, технологические, территориальные, временные и др) ограничения и возможности в различной степени благоприятные для

роста производительности и создания конкурентных преимуществ у фирм разной размерности, что связано с возникновением системного эффекта масштаба, который определяется качественно-количественными параметрами деятельности фирмы и состоянием ее внешней среды. Поэтому важно учитывать, что в экономике существует не только известный со времен А. Маршалла эффект (экономия) от увеличения масштаба, но и эффект масштаба, выступающий как системное проявление достоинств и слабостей качественно-количественных характеристик деятельности фирмы данной размерности как саморазвивающегося культурно-ценностного, организационно-институционального и производственно-технологического образования.

Для выработки содержательного представления о причинах существования малых фирм, а также фирм других размерностей и механизмов формирования их сравнительных преимуществ, недостаточным является основанный на теории рационального выбора неоинституциональный подход, связанный с фокусированием на статическом аспекте их деятельности и рассматривающий структурные характеристики бизнеса как экзогенные. Важно принимать во внимание динамический аспект и учитывать влияния культурных и креативно-деятельностных факторов на направленность, темпы и масштабы осуществления инновационных изменений. Наиболее общая причина существования предпринимательских фирм в тех или иных масштабах заключается в том, что при данном состоянии бизнес-среды и складывающихся трендах ее изменения, возникает относительно благоприятный коридор возможностей генерирования эффекта возрастающей отдачи у фирм определенной размерности, в результате формирования свойственного им самоусиливающегося механизма на основе сочетания процессов наследственности и изменчивости, культурных переменных, способностей, компетенций и других качественных параметров их деятельности, обеспечивающих с помощью инноваций устойчивое развитие конкурентных преимуществ. При этом режим обучения, определяющий скорость и степень использования технологических возможностей, природа зависимости пути (жизненного цикла) и эффективность механизма отбора являются важнейшими

факторами процесса конструирования границ организации.

Механизм формирования эффекта возрастающей отдачи, складывающийся в граничных условиях деятельности малых, а также средних и крупных фирм, отражает многомерный характер их деятельности и разнородность возникающих различных кумулятивно-синергетических эффектов. Конкурентные преимущества фирмы каждой размерности возникают при наличии способности и компетенции обнаруживать и создавать такие специфические комбинации ресурсов и формы предпринимательства, которые позволяют обеспечивать реализацию сильных сторон, свойственных данному масштабу ведения бизнеса, и их доминирование над слабыми, связанными с уязвимостью этого масштаба.

Особую роль в возникновении фирмы и формировании ее границ играют культурно-ценностные ориентации и когнитивные способности предпринимателя, а также наличие организационных способностей, связанных с выявлением возможностей извлечения добавленной ценности и ренты на основе формирования и достижения благоприятного будущего, разработки бизнес-идей и бизнес-стратегии, форм и методов ее реализации, обеспечивающих создание сравнительных преимуществ с учетом влияния ближнего и дальнего окружения фирмы. Превращение знаний, инноваций и роста разнообразия рыночного спроса в основные драйверы, определяющие изменения внутренней и внешней среды фирмы и ее границ, сопровождается появлением новой комбинации составляющих внутреннего и внешнего эффектов масштаба, существенно усложняющих процесс их генерирования и реализации во времени и пространстве в результате неравномерности осуществления и возникновения кумулятивных связей и взаимозависимостей.

Наличие динамических способностей позволяет предприятию адаптировать ресурсы и компетенции к меняющейся бизнес-среде, обеспечить достижение эффективного взаимодействия эндогенных и экзогенных факторов экономического развития и получение наилучшего соотношения внутренних и внешних эффектов масштаба. Успешность адаптации сложившегося способа ведения бизнеса в соответствии с требованиями деловой среды определяются наличием ключевых креативных способностей, выступающих источником изменения культурно-ценностных ориентации,

технологий, внутренних и внешних организационно-экономических связей, а также формирования новой структуризации пространства и времени.

Количественные параметры малых и средних предприятий, объемы используемых ресурсов и производимой продукции определяют своеобразие граничных условий формирования его конкурентных преимуществ как специфического сектора экономики. Благоприятные предпосылки для развития сектора малоразмерного предпринимательства появляются тогда, когда образуется отрицательный эффект масштаба – превышение масштабов малоразмерной фирмы приводит в опережающему росту издержек по отношению к доходу, но при этом особую значимость приобретает реализация сравнительных преимуществ, позволяющих обеспечить низкие транзакционные издержки, высокую гибкость и скорость адаптации к меняющейся среде, а также запросам сегментирующегося рынка.

При анализе различных вариантов формирования механизмов развития сектора малого и среднего бизнеса важно принимать во внимание дуальную природу факторов, обуславливающих противоречивость возникающих последствий, то обстоятельство, что масштабы и характер системного влияния данного сектора зависят не только его качественных, количественных и структурных характеристик, но и от сложившихся условий и возможностей эффективной интеграции малоразмерного бизнеса в экономику. Дело в том, что ресурсный потенциал, возможности и ограничения, связанные с осуществлением культурных, институциональных и производственно-технологических инноваций, обуславливают наличие определенного коридора возможностей успешного развития сектора малого и среднего предпринимательства, обеспечивающего благоприятное воздействие на экономическую систему. В силу наличия некоторого потенциала емкости малоразмерного предпринимательства в экономике позитивный эффект его влияния на производительность и конкурентоспособность выражает зависимость, принимающая форму перевернутой  $U$ . В связи с этим следует отказываться от программ, предусматривающих избыточность и недостаточность мер поддержки малого и среднего бизнеса. Фактический уровень предпринимательского потенциала может отклоняться от его оптимального значения в

ту или иную сторону под влиянием различных факторов, например, таких как рамочные условия предпринимательства, наличие ресурсов и возможностей заниматься бизнесом, склонность к предпринимательству и реализованная предпринимательская активность.

Роль малого и среднего бизнеса в создании рабочих мест меняется в зависимости от стадии экономического развития страны. В странах с ресурсно-ориентированной экономикой предприниматели создают большинство рабочих мест, поскольку используют неквалифицированный труд и природные ресурсы, а роль инноваций невысока. Эффективно-ориентированная стадия характеризуется снижением уровня самостоятельной занятости. По мере повышения уровня экономического развития страны средний размер фирм увеличивается и возрастает значимость экономии от масштаба. С ростом производительности крупных фирм становится более выгодной работа по найму. Инновационно-ориентированные экономики характеризуются развитием малого и среднего предпринимательства, относительная доля крупных компаний в общем числе компаний сокращается [12]. При этом важное значение приобретает не увеличение количества малоразмерных фирм, а роль, которую они играют в инновационном развитии экономики [13].

Формирование конкурентных преимуществ малоразмерного бизнеса в регионе складывается под влиянием эффектов масштаба территориальной концентрации экономической деятельности, реализуемых в трех типах экстерналиев: эффекте, вызванном природно-географическими факторами; агломерационном эффекте, включающим в себя эффекты локализации и урбанизации; инновационно-территориальном эффекте, связанном с влиянием нематериальных факторов и интеллектуализации территориального развития [14]. В ходе эволюции экономик в формировании конкурентных преимуществ снижается роль факторов первого вида, но повышается значимость факторов второго вида, а в дальнейшем усиливается роль факторов третьего вида; утрачивают свою прежнюю значимость эффекты масштаба крупных предприятий и важным становятся активное взаимодействие бизнеса с государственными, научными и образовательными организациями. Вместе с тем следует учитывать, что сегодня типичная новая фирма не отличается высокой

инновационной активностью и не создает значительное количество рабочих.

При формировании методов поддержки развития малого и среднего бизнеса важно принимать в понимание, что по мере повышения уровня социально-экономического развития и доходов населения, фокус политики в отношении малоразмерного бизнеса обычно смещается от цели поддержания занятости, способствующей снижению бедности, к цели повышения конкурентоспособности, что связано с кардинальным изменением механизмов реализации экономической политики и свертыванием помощи «фирмам-зомби», обеспечивающих низкую производительность. При этом, например, в Японии в русле рационализации системы поддержки малого и среднего бизнеса произошло снижение размера финансовых расходов и его роли в обеспечении занятости населения. Как утверждает С. Шейн большинство людей, организующих новый бизнес, не являются предпринимателями в широком смысле: они не создают растущих компаний, которые могли бы создать новые рабочие места и генерировать значительную добавленную стоимость. Если в экономике будут активно поддерживаться любые предпринимательские начинания, то это лишь усилит негативный эффект от присутствия на рынке множества неоптимальных, нежизнеспособных фирм [15, с. 423-436].

На количество быстрорастущих фирм влияют механизмы регулирования предпринимательской деятельности. В странах с понятными правилами игры и отсутствием жестких входных барьеров, больше предпринимателей, нацеленных на рост. Формирование предпринимательского подхода к организации малоразмерного бизнеса, предполагающего поиск возможностей и их использование, зависит от личностных характеристик предпринимателя, имеющегося у него человеческого и социального капитала, а также развития институтов. Предпринимателям, стремящимся к созданию конкурентных преимуществ, важно ориентироваться на конструирование и использование инновационных идей. В свою очередь, при формировании механизмов инновационного развития малоразмерных фирм требуется осознание новых вызовов конкурентной среды и недостаточности технологических инноваций, необходимости трансформации регулирующих структур и деловой среды под изменяющиеся в стратегической перспективе рынки, учитывая

усиление влияния системных эффектов. При этом культурные, институциональные и технологические перемены становятся результатом коэволюции и сложного взаимодействия всех участников трансформационного процесса [16].

Успешность инновационного развития малого и среднего бизнеса зависит от состояния деловой среды его и способности преодолевать внутренние и внешние барьеры, связанные с недостатками в структуре управления, кадровом потенциале, ограниченностью финансовых и временных ресурсов и др. Однако, если экономическая политика направлена на поддержку предпринимательства за счет снижения входных барьеров, но при этом институциональные формы и правила не являются сбалансированными, то результативность предпринимательства не будет высокой [17]. В связи с этим на основе анализа сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, важно разработать и реализовать эффективный комплекс мер, обеспечивающих развитие ресурсов и способностей сектора малого и среднего бизнеса используя адекватные оценки достигаемых выгод, издержек и рисков и учитывая не только статическую эффективность и динамическую результативность [18].

### Заключение

В данной статье в противовес доминирующим подходом, сложившимся в рамках мейнстрима как ортодоксальной теории, предлагается гетеродоксальная версия исследования. При этом утверждается, что предлагаемый структурно-динамический подход к анализу предпринимательства помогает углубить знания об этом феномене. Он способствует системно-целостному пониманию предпринимательства и указывает на ограниченность исследовательских программ, абсолютизирующих значимость частных, узкогрупповых целей и интересов. Пренебрегая исследованием идей и представлений, возникающих на основе культурно-ценностных ориентаций, сторонники данных моделей фрагментарно трактуют предпринимательства и поведения предпринимательских фирм.

Предложенный подход позволяет выявлять закономерности развития предпринимательских структур и дифференциации их размеров. Он помогает объяснить, почему характер, масштабы и результаты предпринимательской

деятельности могут существенно варьировать в различных странах, регионах и иных условиях.

### Библиографический список

1. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
2. Pinchot, G. Intrapreneuring: why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur / G. Pinchot. – New York : Harper and Row, 1985. – pp. 28-48.
3. Норт, Д. Институты, институциональные изменения в функционировании экономики / Д. Норт; пер. с англ. А.Н. Нестеренко; науч. ред. Б.З. Мильнер. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
4. Foss, N.J. 1994. The Theory of the firm: The Austrians as precursors and critics of contemporary theory. *Review of Austrian Eco.*
5. Лал, Д. Непреднамеренные последствия. Влияние обеспеченности факторами производства, культуры и политики на долгосрочные экономические результаты / Д. Лал. – М.: ИРИСЭН, 2007. – 338 с.
6. Фукуяма, Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М.: АСТ : Ермак, 2004. – 733 с.
7. Finemore M., Sikkink K. 2001. Taking Stock: The Constructivist Research Program in International Relations and Comparative Politics. *Annual Review of Political Science.* № 4.
8. Бирюков, В.В. Контекстуализация теории предпринимательства / В.В. Бирюков, Е.В. Романенко // Вестник СибАДИ. – 2016. – № 2 (48). – С. 154-159.
9. Бирюков, В.В. Ценностно-рациональное поведение и системно-эволюционная парадигма структуризации экономики / В.В. Бирюков // Вестник СибАДИ. – 2016. – № 3(49). – С. 119-132.
10. Бирюков, В.В. Социокультурные изменения в современном мире: механизмы осуществления / В. В. Бирюков, В.П. Плосконосова // Инновационная экономика и общество. – 2015. – № 4 (10). – С. 87-93.
11. Благов, Ю.В. Эволюция концепции и теории стратегического управления / Ю.В. Благов // Вестник СПб ун-та. Серия 8. – 2011. – Вып. 1. – С. 3-26.
12. Acs, Z. J. et al. 2004. The missing link: the knowledge filter and entrepreneurship in endogenous growth. *Discussion Paper 4783.*
13. Lazear, E. P. 2005. Entrepreneurship. *Journal of Labor Economics.* 23 (4). pp. 649-680.
14. Новая парадигма управления социально-экономическим развитием регионов России : коллективная научная монография / М.В. Васильева, Т.В. Владимирова, Е.В. Романенко, В. П. Часовской ; под общ. ред. М. В. Васильевой ; АНО содействия развитию современной отечественной науки Издательский дом «Научное обозрение». – М.: Планета, 2013. – 212 с.
15. Лауреаты Международной премии на вклад в исследования предпринимательства и малого

бизнеса (1996-2010) / под ред. А. Чепуренко. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 526 с.

16. Романенко, Е.В. Сектор малого предпринимательства: особенности формирования взаимосвязей / Е.В. Романенко // Российское предпринимательство. – 2010. – № 7 (1). – С. 11-16.

17. Романенко, Е.В. Государственная поддержка предпринимательской деятельности: учебное пособие / Е.В. Романенко. – Омск: СибАДИ. – 2007. – 92 с.

18. Романенко, Е.В. Малое и среднее предпринимательство в условиях модернизации российской экономики / Е.В. Романенко, В.В. Бирюков // Вестник СибАДИ. – 2015. – № 2 (42). – С. 158-164.

#### ENTREPRENEURSHIP AND MECHANISMS OF THE SIZES DIFFERENTIATION OF THE SUCCESSFUL ACTIVITIES OF ENTREPRENEURIAL FIRMS

E.V. Romanenko, V.V. Biryukov

**Abstract.** The development of the theory of entrepreneurship and differentiation of the dimensions of entrepreneurial firms are considered in the article. The refined methodology based on the formation of multilevel system of values to solve problems in the study of the influence of cultural values on goals and motives of entrepreneurship, as well as on the construction of relations of internal and external environment is presented. The integrative and dynamic approach to the analysis of entrepreneurial firms, causes and factors of formation of boundary conditions for their success is offered.

**Keywords:** entrepreneurship, institutional entrepreneurship, business entrepreneurship, the sector of small and medium business, cultural values, institutional changes, innovation, the effect of increasing returns.

#### References

1. Shumpeter J. *Teorija jekonomicheskogo razvitiia* [The theory of economic development]. Moscow, Progress, 1982. 456 p.

2. Pinchot G. *Intrapreneuring: why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur* / G. Pinchot. – New York: Harper and Row, 1985. pp. 28-48.

3. Nort D. *Instituty, institucional'nye izmeneniya v funkcionirovanie jekonomiki* [Institutes, institutional changes in the functioning of the economy]. Moscow, Fond jekonomicheskoy knigi «Nachala», 1997. 180 p.

4. Foss N. J. 1994. *The Theory of the firm: The Austrians as precursors and critics of contemporary theory*. Review of Austrian Eco.

5. Lal D. *Neprednamerennye posledstvija. Vlijanie obespechennosti faktorami proizvodstva, kul'tury i politiki na dolgosrochnye jekonomicheskie rezul'taty* [Unintended consequences. The effect of endowments of the factors of production, culture, and politics on long term economic performance]. Moscow, IRISJeN, 2007. 338 p.

6. Fukujama F. *Doverie. Social'nye dobrodeteli i put' k процветанию* [Trust. Social virtue and the path to prosperity]. Moscow, AST: Ermak, 2004, 733 p.

7. Finnemore M., Sikkink K. 2001. *Taking Stock: The Constructivist Research Program in International Relations and Comparative Politics*. Annual Review of Political Science. № 4.

8. Biryukov V.V., Romanenko E.V. *Kontekstualizacija teorii predprinimatel'stva* [Contextualization of the theory of entrepreneurship]. *Vestnik SibADI*, 2016, no 2 (48). pp. 154-159.

9. Biryukov V.V. *Cennostno-racional'noe povedenie i sistemno-jevoljucionnaja paradigma strukturizacii jekonomiki* [Value-rational behavior and the systemic-evolutionary paradigm the structure of the economy]. *Vestnik SibADI*, 2016, no 3(49). pp. 119-132.

10. Biryukov V.V., Ploskonosova V.P. *Sociokul'turnye izmeneniya v sovremennom mire: mehanizmy osushhestvleniya* [Socio-cultural changes in the modern world: implementation mechanisms]. *Innovacionnaja jekonomika i obshhestvo*, 2015, no 4 (10). pp. 87-93.

11. Blagov Ju.V. *Jevoljucija koncepcii i teorii strategicheskogo upravleniya* [Evolution of the concept and theory of strategic management]. *Vestnik SPb un-ta*, Seriya 8, 2011, no. 1. pp. 3-26.

12. Acs, Z. J. et al. 2004. *The missing link: the knowledge filter and entrepreneurship in endogenous growth*. Discussion Paper 4783.

13. Lazear, E. P. 2005. *Entrepreneurship*. Journal of Labor Economics. 23 (4). pp. 649-680.

14. *Novaja paradigma upravleniya social'no-jekonomicheskimi razvitiem regionov Rossii: kollektivnaja nauchnaja monografija* [A new paradigm of socio-economic development of Russian regions: collective scientific monograph]. M.V. Vasil'eva, T. V. Vladimirova, E. V. Romanenko, V. P. Chasovskoj; pod obshh. red. M. V. Vasil'evoj; ANO sodejstvija razvitiiju sovremennoj otechestvennoj nauki Izdatel'skij dom «Nauchnoe obozrenie». Moscow, Planeta, 2013. 212 p.

15. *Laureaty Mezhdunarodnoj premii na vklad v issledovaniya predprinimatel'stva i malogo biznesa (1996-2010)* [The winners of the International prize for contribution to the study of entrepreneurship and small business (1996-2010)]. Moscow, Izd. dom Vyshej shkoly jekonomiki, 2013. 526 p.

16. Романенко Е.В. Сектор малого предпринимательства: особенности формирования взаимосвязей [The small business sector: features of forming relationships]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo*, 2010, no 7 (1). pp. 11-16.

17. Романенко Е.В. *Gosudarstvennaja podderzhka predprinimatel'skoj dejatel'nosti: uchebnoe posobie* [State support of entrepreneurial activity: tutorial]. Омск: СибАДИ. 2007. 92 p.

18. Романенко Е.В., Бирюков В.В. Малое и среднее предпринимательство в условиях модернизации российской экономики [Small and average business in conditions of modernization of the Russian economy]. *Vestnik SibADI*, 2015, no 2 (42). pp. 158-164.



Романенко Елена Васильевна (Россия, г. Омск) – кандидат экономических наук, заведующий кафедрой «Общая экономика и право», ФГБОУ ВО «СибАДИ». (644080, пр. Мира, 5, e-mail: romanenko\_ev@sibadi.org).

Бирюков Виталий Васильевич (Россия, г. Омск) – доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии социальных наук, проректор по научной работе ФГБОУ ВО «СибАДИ». (644080, пр. Мира, 5, e-mail: birukov\_vv@sibadi.org).

Romanenko Elena Vasilyevna (Russian Federation, Omsk) – candidate of economic sciences, head of the department «The general economics and

law» of The Siberian state automobile and highway academy (SibADI) (644080, Mira Ave., 5, e-mail: romanenko\_ev@sibadi.org).

Biryukov Vitaly Vasilyevich (Russian Federation, Omsk) – doctor of economic sciences, professor, an academicien of the Russian academy of social sciences, the pro-rector for scientific work of The Siberian automobile and highway academy (SibADI). (644080, Mira Ave., 5, e-mail: birukov\_vv@sibadi.org).

Работа подготовлена при поддержке гранта РГНФ (проект 16-12-55015).

УДК 336.6

### РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Б.Г. Хаиров<sup>1,2</sup>, С.М. Хаирова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Омский филиал Финансового университета при Правительстве РФ, Россия, Омск;

<sup>2</sup>ФГБОУ ВО «СибАДИ», Россия, г. Омск.

**Аннотация.** В статье анализируется проблема эффективного использования промышленными предприятиями финансового потенциала в условиях экономической и финансовой нестабильности. Определено, что одним из условий эффективного управления капиталом является сокращение времени нахождения финансовых ресурсов в запасах, незавершенном производстве, дебиторской задолженности. Механизм управления финансовыми потоками на основе метода оценки добавленной стоимости для предприятий промышленности рассматривается как инструмент повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности предприятия.

**Ключевые слова:** финансовые потоки, механизм управления, метод оценки добавленной стоимости, промышленные предприятия.

#### Введение

Процесс формирования затрат связан с управлением финансовыми потоками, обеспечивающими непосредственно производственную деятельность, поскольку затрагивает практически все ее стороны. Поэтому для повышения эффективности деятельности российских промышленных предприятий актуальным становится внедрение механизма управления затратами и финансовыми потоками.

В достижении стратегических задач, стоящих перед предприятиями, важную роль играет инструмент логистики, который лежит в основе функционирования механизма управления затратами и финансовыми потоками, основной задачей которой является эффективное распределение источников финансирования по элементам затрат с учетом их стоимости, срока использования ресурсов.

В то же время ряд вопросов, связанных с эффективностью реализации механизма управления затратами и финансовыми потоками, остается в научном и прикладном плане нерешенным. Сохраняет свою актуальность проблема обоснованного определения и оперативного формирования затрат, которая практически не связана со стратегическими целями предприятия, поскольку инструменты, используемые в рамках финансового механизма управления затратами, в основном строятся по принципу минимизации затрат и, как следствие, снижения себестоимости продукции и не учитывают влияния неявных затрат на эффективность реализации механизма управления финансовыми потоками в целом.

Очевидно, что разные источники финансирования производственной деятельности предприятия имеют различные значения параметров (процентная ставка, срочность, объемы) финансовых потоков,