УДК 338.22

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Сотникова Е.А., Скворцова Н.А., Лебедева О.А.

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли», Орел, e-mail: sotnikovae76@mail.ru

В статье конкретизированы проблемы предпринимательского сектора в современных условиях, выявлена особенность построения бизнеса на современном этапе, основывающаяся на изучении рыночной ситуации, предвидении возможных рисков и изысканию направлений их минимизации. В условиях нестабильности экономических и политических отношений между Российской Федерацией и западными странами, обусловленной обострением отношений России и Украины, российский бизнес-сектор столкнулся с проблемами, которые заставили многих предпринимателей задуматься над тем, как дальше продолжать свой бизнес. Данная проблема вызывает беспокойство и у предпринимателей многих зарубежных стран. Умение вести переговоры, контролировать правомерность осуществления товарно-денежных операций, знание рыночной ситуации и прогнозирование изменений во внешней окружающей среде позволят предпринимателю вести стратегию, адаптированную к изменяющимся требованиям рынка, и обеспечат возможность минимизировать риски и развивать бизнес гибко и мобильно.

Ключевые слова: предпринимательство, риски, неопределенность, экономическая нестабильность, препятствия для бизнеса, конкурентная борьба

BUSINESS UNDER UNCERTAINTY CONDITIONS

Sotnikova E.A., Skvortsova N.A., Lebedeva O.A.

FGBOU VPO «Oryol State Institute of Economy and Trade», Oryol, e-mail: sotnikovae76@mail.ru

Entrepreneurial problems under modern conditions are specifiedin the article.Peculiarities of going into business inthe modern periodare revealed. They are based on market situationstudy, possible risksprediction and finding ways for their minimization. Underinstability conditions of economic and political relations between the Russian Federation and the western countries, caused by strained relations between Ukraine and Russia, Russian business sector has faced problems, which have forced many businessmen to think of how to conduct the businessfurther. Businessmen of many foreign countries are worried about this problem. The ability to carry on negotiations and to control legality of commodity-money operations, awareness of the market situation and forecasting changes in external environment will allow an entrepreneur to elaborate the strategy adapted to changing requirements of the market and will ensure the possibility to minimize risks and to make business flexible and mobile.

Keywords: business, risks, uncertainty, economic instability, barriers for business, competition

Согласно Гражданскому Кодексу РФ, предпринимательство – это «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке» [1]. Предпринимательская деятельность является одним из ключевых элементов рыночной экономики, без которого не могут полнокровно развиваться ни государство, ни общество. В развитых странах ее доля в национальном продукте составляет около 60–70%, а в некоторых отраслях достигает 80%. Поэтому в настоящее время подавляющее количество развитых стран поддерживает деятельность малого сектора экономики [2].

При этом низкую конкурентоспособность российской экономики связывают с медленным развитием малого и среднего бизнеса, что не позволяет создавать условия для конкуренции в сфере продажи товаров и услуг для населения и обеспечивать стабильным доходом большую часть россиян [3]. В связи с развитием рыночных отношений в России проблемам предпринимательства стало уделяться больше внимания.

В условиях рыночной экономики риск – неизбежный элемент предпринимательства, так как его непременным условием является свобода поиска и выбора способов экономических действий при их разнообразии. Поэтому предпринимательская деятельность связана в большинстве случаев со значительной неопределенностью и риском. Особенно к неустойчивости чувствительна сфера малого бизнеса. Условия осуществления деятельности предпринимателей, как правило, не являются постоянными и в полной мере определенными.

Неопределенность – это ситуация, при которой полностью или частично отсутствует информация о вероятных будущих событиях. Неопределенность – это то, что не поддается оценке. Она чаще всего связана с неожиданностью, неуверенностью, предположениями. В словаре С.И. Ожегова «неопределенность» рассматривается как «неопределённое положение» или «точно

неустановленное», «не вполне отчётливое, уклончивое» [6].

Понятие неопределённости употребляется многими экономистами, в том числе основоположником теории рисков Фрэнком Найтом: «Вся подлинная прибыль связана с неопределенностью» [7].

Для предпринимателя риск – это вероятность потерь, убытков или недополучения доходов. Будет ли бизнес успешным, зависит от правильного и обоснованного выбора стратегии предпринимательской деятельности. При этом должна учитываться вероятность критических ситуаций. Считать возможным предпринимательство без риска было бы в высшей степени наивным. Любое новое предприятие или новый проект непременно встречается на своем пути с определенными трудностями, угрожающими его существованию. Предпринимателю очень важно уметь предвидеть подобные трудности, а также заранее разработать стратегии их преодоления. Необходимо оценить степень риска и выявить те проблемы, с которыми может столкнуться бизнес. Описаны просто и объективно.

Угрозу могут представлять конкуренты, собственные просчеты в области маркетинга и производственной политики, ошибки в подборе руководителей. Опасность может исходить также от технического процесса, который способен мгновенно «состарить» любую новинку. Даже если ни один из этих факторов реальной угрозы для предприятия не представляет, в деловом плане необходимо на них остановиться и обосновать, почему не стоит беспокоиться на этот счет. Полезно заранее выработать стратегию поведения и предложить пути выхода из вероятных рискованных моментов в случае их внезапного возникновения. Наличие альтернативных программ и стратегий в глазах потенциального инвестора будет свидетельствовать о том, что предприниматель знает о возможных трудностях и заранее к ним готов.

Процессы, происходящие в рыночной экономике, определяются не единым планом, а правом свободы деятельности каждого субъекта собственности, на смену вертикальным отраслевым связям приходят горизонтальные. На рынке сталкиваются интересы предпринимателей, что заставляет их постоянно рисковать, пересматривать даже самые удачные прошлые решения. В этих условиях предприятия должны уметь прогнозировать и своевременно производить изменения в структуре своего капитала, чтобы выстоять в жесткой конкурентной борьбе. Наличие действующей стратегии – гарантия устойчивости компаний к изменениям внешней среды, как к взрывному росту на рынке, так и к спадам и волатильности. Эффективная стратегия должна выводить компанию на 1–2 место в отрасли по рыночной силе, оставаться на более низких уровнях бесперспективно и рискованно. Также принципиально вести масштабный бизнес в формате «24/7/365»: это означает, что 24 часа 7 дней в неделю 365 дней в году в компании генерируется выручка. Особенно важно осознание этого принципа для компаний с длинным циклом производства/продаж. Хорошо показывает себя компания «Связной»: именно в период спада в агрессивной конкурентной среде она вышла на новый для себя рынок (открытие флагманского мультиформатного магазина Enter). Управление затратами – это «гигиена». Первая фаза кризиса не привела к тому, чтобы все ненужные затраты были отброшены. Есть смысл бросить на каждого сотрудника ясный взгляд и оценить его с точки зрения его актуальной эффективности и перспективы. Тем людям, у кого перспектива отсутствует, или тем, чья работа не дает ровного результата, надо предоставить возможность продвигать себя на рынке труда. Но собственники при этом должны отчетливо отвечать себе на вопрос, почему самые компетентные специалисты должны прийти работать именно к ним.

Нужна серьезная селекция деловых партнеров. Так как эффективность работы с каждым клиентом разная, то сначала имеет смысл разобраться, какие клиенты являются наиболее рентабельными. Как показал опыт прошлых лет, в работу по поиску новых клиентов вовлекаются первые лица: гендиректора, коммерческие директора, директора по маркетингу выходят из своих кабинетов и в более активном ключе контактируют с постоянными и потенциальными клиентами. Это сильный шаг, потому что две-три успешные транзакции могут серьезно стабилизировать многие компании и даже развернуть их в рост. Поставщиков во время экономического спада должно становиться больше, а их выбор должен быть более дробным. Поэтому компании активно ведут отбор поставщиков, переходят на более короткие тендерные схемы. По любой из позиций в перечне поставок есть технологический лидер – тот поставщик, который может предоставить услугу или товар, оптимальный по соотношению цена – качество и, самое главное, сделать это just-in-time.

Развитие взаимоотношений с клиентами также важно. У ряда клиентов могут возникать сложности. Необходимо иметь

с ними хороший контакт, для того чтобы узнавать о возникающих трудностях заранее. Компаниям нужно оценить, кто является финансовым партнером их клиентов. Несколько лет назад имели место десятки ситуаций, когда многие компании были вынуждены прекратить выполнение обязательств в связи с негативными событиями у их поставщика финансовых услуг. Компании кредитовались или были на факторинге, а у их банка отзывали лицензию, или он банкротился.

Несколько лет назад многими заниматься интернет-экономикой было и некогда, и ресурса особо не было. Сейчас очень многое меняется, радикально меняется ритейл: в ближайшие 2–3 года он практически весь станет гибридным – все значимые игроки будут вести операции оф- и онлайн. Перевод в онлайн бизнес-процессов, в первую очередь продаж, дает определённое преимущество. Необходимо учитывать и то, что, с одной стороны, население стареет, с другой стороны, входят в активную экономическую жизнь люди, которые в интернете живут. Компания, которая представлена в этой среде, безусловно, будет иметь преимущества. Использование интернета создает несомненное конкурентное преимущество для предприятий, применяющих его технологии в своей хозяйственной деятельности. Это связано с появлением дополнительных возможностей для рекламной, торговой, распределительной и исследовательской деятельности предприятия, что, несомненно, является важным и актуальным моментом в условиях рыночной экономики и современной острой конкуренции. Следовательно, чем раньше компания воспользуется услугами интернета, тем существеннее будет достигнутая ею экономия, которая станет особенно очевидной на фоне издержек конкурентов. Поэтому уже сейчас компаниям необходимо обратить на этот аспект маркетинговой деятельности особое внимание и как можно быстрее освоить эту технологию для своей организации, а в ближайшем будущем взять на вооружение [9]. В современных условиях становления экономики информационные технологии, совершенствуясь в свою очередь, видоизменяют бизнес: механизмы его ведения, способы коммуникации, оказание услуг и производства товара [8].

Из 235 стран мира 87 стран всю первую волну экономического спада продолжали рост [11]. Многим компаниям следует задуматься, не начать ли вести часть доходных операций в других экономиках. Сохраняя свой рост и присутствие в перспективной экономике России, можно заходить и на те территории, которые менее подвержены колебаниям спроса, и те, у которых есть конкурентоспособные предложения. На фоне обострения политических и экономических отношений между Россией и Западом из-за кризиса вокруг Украины данные международного исследования Грант Торнтон о настроениях среди компаний разных стран и регионов в III квартале текущего года выглядят неожиданно по части российского бизнеса. В условиях экономических санкций и антисанкций, падения цен на нефть и курса рубля он показал относительную стойкость духа – значительно большую, чем у бизнесменов еврозоны. Главным препятствием для развития бизнеса российские предприниматели считают экономическую нестабильность. В других странах этот фактор тоже оказался решающим, но пессимизма он вызывает гораздо больше, чем у россиян [4].

В сравнении с другими странами, компании которых указывают на экономическую нестабильность как на препятствие развитию бизнеса, Россия заняла лишь 21-е место из 34 охваченных исследованием стран. В частности, значительно больше, чем в России, обеспокоен нестабильностью в экономике бизнес еврозоны. Наиболее сильное беспокойство экономическая нестабильность вызывает у предпринимателей Аргентины, Греции, Франции, Индии и Японии. В этом перечне особое внимание обращает на себя Индия – ее бизнесмены по разным «замерам» обычно входили в группу лидеров по уровню оптимизма [4]. А наиболее устойчиво, себя чувствуют предприниматели Канады, Ирландии, Новой Зеландии, Швеции и Великобритании.

Второе и третье места среди причин, мешающих развитию бизнеса, у россиян занимают такие факторы, как недостаток квалифицированных кадров и недостаток заказов. Четвертое место в российском рейтинге препятствий занимает недостаток финансирования. Причем по сравнению со вторым кварталом 2014 года, когда данный фактор занимал второе место в рейтинге, показатель значительно снизился и отошел на третье место [4].

В настоящее время предприятиям и организациям, работающим в условиях рыночной экономики, необходимо удовлетворять некоторым требованиям. Предприятия должны обладать большой гибкостью, способностью быстро менять ассортимент продукции. Жизненный цикл товаров сегодня стал как никогда коротким, а разнообразие ассортимента изделий высоким. Поэтому производство, направленное на выпуск массовой продукции, не способное постоянно

приспосабливаться к запросам реальных, часто даже небольших групп потребителей, сегодня обречено на банкротство. Каждое предприятие, ориентированное на потребителей, осознает актуальность комплексной и систематической оценки ассортиментной политики, ее гибкости и адекватности спросу в границах определенного потребительского рынка. Высокий уровень мобильности, информированности потребителей определяет и высокие требования не только к самому изделию, но и к комплексу предлагаемых услуг и льготных условий совершения сделки [10].

Законодательно установлено, что предпринимательская деятельность является рисковой. Это означает, что действия участников предпринимательства в условиях сложившихся рыночных отношений, конкуренции, функционирования всей системы экономических законов не могут быть с полной определенностью рассчитаны и осуществлены. Степень развития рынка, сложность работы на нем во многом определяется особенностями конкурентной среды фирмы. Анализ конкурентов и выработка конкретных действий в отношении главных соперников приносят значительную пользу компаниям. Зная сильные и слабые стороны конкурентов, можно оценить их потенциал, цели, настоящую и будущую стратегии [5].

Множество решений предпринимателю в своей деятельности приходится принимать в условиях неопределенности, когда необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать.

В условиях политической и экономической нестабильности уровень риска намного возрастает. В средствах массовой информации постоянно рекламируются предложения мелких и средних фирм, пытающихся поправить свои дела за счет операций на рынке, используя неосведомленность предпринимателей. Чтобы преодолеть последствия риска, нужны не только смекалка и опыт, но и достаточное количество финансов. Фирмы-консультанты, поставщики средств производства да и подрядчики, как правило, имеют ограниченные денежные ресурсы компенсации риска.

В условиях неопределенности выживают те организации, которые являются более гибкими и мобильными в изменяющейся рыночной ситуации. Действующий на рынке предприниматель, чтобы организовать в современных условиях доходное дело, должен иметь хорошую профессиональную подготовку, а также необходимые знания в области экономики, политики, психологии, юриспруденции, организации производства и уметь сотрудничать с учеными, специалистами по маркетингу, владельцами капитала.

Кроме того, в уменьшении предпринимательского риска важную роль играет государство. С одной стороны риск имеет опасность для предпринимательской деятельности, с другой, как и конкуренция, несет очистительную функцию, т.е. помогает рынку очиститься от немобильных организаций, способствует, при правильном подходе к риску, развитию экономики.

Заключение

Таким образом, неотъемлемой чертой предпринимательства является неопределенность. Она значительно усложняет процесс выработки и принятия решения, выбора альтернативы, оценки результатов и может привести к непредсказуемым и отрицательным результатам деятельности. В итоге субъектам деловой сферы следует постоянно учитывать данный фактор.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 11.02.2013) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система Консультант Плюс: Режим доступа: http://www.consultant.ru/law/ref/ju_dict/(дата обращения 27.01.2015).

2. Девятаева Н.В., Грызунова Е.В. Способы организации малого бизнеса // Молодой ученый. – 2013. – № 6. – С. 306–310.

3. Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е. Проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности экономики России// Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – № 4 (22). – С. 144–148

4. Кузнецов И. Экономическая нестабильность [Электронный ресурс] // Экономика и жизнь. – № 46. – Режим доступа: http://www.eg-online.ru/article/264969/ (дата обращения 23.01.2015).

5. Лебедева О.А. Исследование конкурентов как основополагающий элемент разработки стратегии компании // Известия ОрелГТУ. – 2009. – № 4. – С. 111–114.

6. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.ozhegov.org/ (дата обращения 25.01.2015).

7. Рогов М.А. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 118 р.

8. Скворцова Н.А., Лебедева О.А. Современная система маркетинга как стратегия эффективности бизнеса // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 1(15). – С. 41–43.

9. Сотникова Е.А., Лебедева О.А., Макарова Т.Н. Интернет как конкурентное преимущество предприятия // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные записки. – 2011. – № 4 (42). – С. 42–47.

10. Сотникова Е.А., Макарова Т.Н. Инновационный потенциал потребительского рынка в региональном аспекте // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 2 (16) – С. 89–95.

11. Forbes [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.forbes.ru/(дата обращения 25.01.2015).

References

1. Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii (chast pervaja) ot 30.11.1994 no. 51-FZ (red. ot 11.02.2013) [Jelektronnyj resurs] // Spravochnaja pravovaja sistema Konsultant Pljus: Rezhim dostupa: http://www.consultant.ru/law/ref/ju_dict/(data obrashhenija 27.01.2015).

2. Devjataeva N.V., Gryzunova E.V. Sposoby organizacii malogo biznesa // Molodoj uchenyj. 2013. no. 6. pp. 306–310.

3. Konobeeva O.E., Konobeeva E.E. Problemy i perspektivy povyshenija konkurentosposobnosti jekonomiki Rossii// Vestnik OrelGIJeT. 2010. no. 4 (22). pp. 144–148

4. Kuznecov I. Jekonomicheskaja nestabilnost [Jelektronnyj resurs] // Jekonomika i zhizn. no. 46. Rezhim dostupa: http://www.eg-online.ru/article/264969/ (data obrashhenija 23.01.2015).

5. Lebedeva O.A. Issledovanie konkurentov kak osnovopolagajushhij jelement razrabotki strategii kompanii // Izvestija OrelGTU. 2009. no. 4. pp. 111–114.

6. Ozhegov S.I. Tolkovyj slovar russkogo jazyka [Jelektronnyj resurs] / Rezhim dostupa: http://www.ozhegov.org/ (data obrashhenija 25.01.2015).

7. Rogov M.A. Risk-menedzhment. M.: Finansy i statistika, 2001. 118 p.

8. Skvorcova N.A., Lebedeva O.A. Sovremennaja sistema marketinga kak strategija jeffektivnosti biznesa // Vestnik OrelGIJeT. 2011. no. 1(15). pp. 41–43.

9. Sotnikova E.A., Lebedeva O.A., Makarova T.N. Internet kak konkurentnoe preimushhestvo predprijatija // Uchenye zapiski OGU. Serija: Gumanitarnye i socialnye zapiski. 2011. no. 4 (42). pp. 42–47.

10. Sotnikova E.A., Makarova T.N. Innovacionnyj potencial potrebitelskogo rynka v regionalnom aspekte // Vestnik OrelGIJeT. 2011. no. 2 (16) pp. 89–95.

11. Forbes [Jelektronnyj resurs] / Rezhim dostupa: http://www.forbes.ru/(data obrashhenija 25.01.2015).

Рецензенты

Паршутина И.Г., д.э.н., профессор, проректор по учебной работе, ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли», г. Орел;

Ляпина И.Р., д.э.н., доцент, профессор кафедры «Предпринимательство, логистика и маркетинг», ФГБОУ ВПО «Государственный университет – учебно-научно-производственный комплекс», г. Орел.

Работа поступила в редакцию 06.03.2015.