

лицом бел и делами смел...

*потенциал деловой репутации малых предприятий
различных организационно-правовых форм*

В майском номере журнала «Креативная экономика» были рассмотрены теоретические основы репутациологии как новой прикладной отрасли научного знания о деловой репутации. Напомним, что репутациология изучает закономерности формирования и управления деловой репутацией юридических и физических лиц, и исследует деловую репутацию как явление окружающего мира во всем его многообразии. Назначение репутациологии в креативной экономике сводится к формированию целостного представления о деловой репутации как экономико-правовой категории с целью его практического использования экономическими субъектами.

Развитие основных направлений прикладных исследований в рамках репутациологии в данной статье проводится путем изучения потенциала и специфики управления деловой репутацией субъектами малого предпринимательства, имеющими различные организационно-правовые формы. Такое исследование представляется достаточно актуальным: специфика управления деловой репутацией имеет непосредственное отношение к выбору оптимальной организационно-правовой формы (ОПФ).

Под потенциалом деловой репутации организационно-правовой формы предприятия предлагаем понимать *способности и возможности*, которые проявляются у предприятия в управлении своей деловой репутацией при его создании. В связи с этим он должен рассматриваться в кон-

Горин С.В.

*канд. экон. наук,
доцент
кафедры финансов
Московского
банковского
института*

Тиньков С.В.

*аспирант
Московской
финансово-
юридической
академии*

тексте организационно-управленческого механизма развития малого предпринимательства. Кроме того, проведенные авторами исследования показывают, что в практике российского малого предпринимательства имеют место неразрешенные проблемные моменты как в части государственного регулирования и поддержки сектора малого предпринимательства, так и со стороны управления предпринимательской деятельностью на основе выбора оптимальной организационно-правовой формы. Для всего сектора малого предпринимательства управление деловой репутацией можно понимать как движущую силу успешного *экономико-управленческого развития*.

По нашему мнению проблема управления деловой репутацией субъектов малого предпринимательства (МП) возникает с момента их создания и действует в течение всего срока их деятельности. Среди прочих значимых организационно-управленческих факторов развития малого предпринимательства целесообразно выделить и рассмотреть такой фактор как *«Стартовый потенциал деловой репутации субъекта МП»*.

В *таблице 1* показано влияние различных ОПФ на стартовый потенциал деловой репутации субъекта МП с выделением степени данного влияния и вызывающих его причин.

Таким образом, выбор оптимальной организационно-правовой формы для малого предпринимательства – это первый этап в управлении деловой репутацией.

Влияние ОПФ на стартовый потенциал деловой репутации субъекта МП, как показано в *табл. 1*, может быть как положительное, так и отрицательное.

Далее следует выделить некоторые соответствующие российской практике характерные черты различных организационно-правовых форм малого предпринимательства, что позволит

***потенциал деловой
репутации должен
рассматриваться***

***в контексте организационно-
управленческого механизма
развития малого
предпринимательства***

Влияние различных ОПФ на стартовый потенциал деловой репутации субъекта МП

Организационно-правовая форма малого предпринимательства	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Полное товарищество	Относительно высокий потенциал деловой репутации. Причины: а) товарищами могут быть только ИП или коммерческие организации; б) повышенная ответственность товарищей	Имеется прямая зависимость от деловой репутации самих товарищей, которые создают ИП. При создании ИП сами товарищи уже имеют определенную деловую репутацию, которая может быть отрицательной.
Коммандитное товарищество	Высокий потенциал деловой репутации. Причины: а) товарищами могут быть только ИП или коммерческие организации; б) повышенная ответственность товарищей; в) наличие вкладчиков.	Имеется прямая зависимость от деловой репутации самих товарищей, которые создают КТ. При создании КТ сами товарищи уже имеют определенную деловую репутацию, которая может быть отрицательной.
Общество с ограниченной ответственностью	Положительные стороны не выражены	Низкий потенциал деловой репутации. Причины: ограниченная ответственность участников ООО, низкий минимальный размер уставного капитала
Общество с дополнительной ответственностью (ОДО)	Относительно высокий потенциал деловой репутации. Причина: повышенная ответственность участников по долгам ОДО	Зависимость от деловой репутации участников ОДО, которая может быть отрицательной.
Открытое акционерное общество	Относительно высокий потенциал деловой репутации. Причины: наличие значительного минимального размера уставного капитала, некоторая открытость ОАО посредством публикации годовых отчетов	Отрицательные стороны не выражены
Закрытое акционерное общество	Относительно высокий потенциал деловой репутации. Причина: наличие широких финансовых возможностей (выпуск акций и др.)	Наличие низкого минимального размера уставного капитала, закрытость информации о состоянии дел ЗАО
Производственный кооператив	Невысокий потенциал деловой репутации. Причины: повышенная ответственность членов ПК, их личное трудовое участие в деятельности ПК	Существует зависимость от состава членов ПК, их профессионализма по профилю деятельности ПК
Индивидуальный предприниматель	Относительно высокий потенциал. Причины: повышенная ответственность ИП, единый субъект управления	Имеется прямая зависимость от личных качеств владельца бизнеса



**выбор оптимальной
организационно-правовой
формы для малого
предпринимательства –
это первый этап в управлении
деловой репутацией**

раскрыть общие аспекты их заинтересованности в управлении собственной деловой репутацией, а также сформулировать некоторые рекомендации. Рассмотрим потенциал деловой репутации хозяйственных товариществ. Сразу отметим, что численность *полных хозяйственных товариществ* в практике российского пред-

принимательства крайне мала (около 1 тыс. ед.), в то время как, например, в Великобритании существует около 600 тыс. партнерств (товариществ).

В целом деловой образ ОПФ малого предпринимательства в виде полных товариществ (ПТ) представляется изначально имеющим относительно высокий потенциал деловой репутации. Это положение можно подтвердить следующими фактами:

- 1) товарищами в ПТ могут быть только коммерческие организации или ИП;
- 2) законодательством предусмотрена наибольшая степень ответственности владельцев бизнеса – полных товарищей – за экономическую деятельность ПТ. Это говорит об уверенности владельцев, создавших ПТ, в эффективном ведении бизнеса при объединении усилий, что непосредственно влияет на положительное отношение к данной ОПФ малого предпринимательства со стороны иных экономических субъектов.

Экономическая природа ОПФ в виде полного товарищества предполагает, что товарищами в нем становятся, как правило, уже функционирующие субъекты предпринимательства, которые для наиболее рационального и эффективного ведения бизнеса объединяют усилия, создают совместно управляющую новую организацию.

Деловая репутация *командитного товарищества* (КТ) имеет больший потенциал по сравнению с полным товариществом. Командитному товариществу присущи те же особенности, что и ПТ, за исключением обяза-

тельного наличия вкладчиков, несущих ответственность по долгам КТ лишь в пределах своих вкладов. Количество вкладчиков в КТ не ограничено максимальным числом, что позволяет привлечь капитал не только от сторонних организаций, но и от населения. А это, в свою очередь, значительно повышает потенциал деловой репутации КТ.

Из существующих ОПФ малого предпринимательства, как показало дополнительное исследование, КТ является наиболее оптимальной организационно-правовой формой для МП. Наличие вкладчиков в КТ сближает данную форму организации с хозяйственными обществами.

Потенциал деловой репутации *общества с ограниченной ответственностью* является самым низким по сравнению с другими ОПФ. Причиной этому служит ограниченная вкладом ответственность участников ООО и низкий минимальный размер уставного капитала. Экономическая природа ОПФ в виде ООО предполагает, что владелец бизнеса (организация, индивидуальный предприниматель или гражданин) создают ООО без цели непосредственного участия в его управлении, получая лишь доход от распределения прибыли организации. Руководство ООО осуществляется единолично директором, назначаемым собранием учредителей для ведения всех дел и непосредственного управления организацией. Участники ООО, как правило, не осведомлены о текущей деятельности назначенного ими директора, об успешности ведения им дел ООО, об управлении деловой репутацией организации, так как участники решают лишь общие вопросы деятельности ООО и только на собрании, которое проводится не реже 1 раза в год. Со стороны иных субъектов предпринимательства ООО представляется менее привлекательным партнером с точки

проблема управления деловой репутацией субъектов малого предпринимательства возникает с момента их создания и действует в течение всего срока их деятельности

**потенциал деловой репутации
общества с ограниченной
ответственностью является
самым низким по сравнению
с другими организационно-
правовыми формами**

зрения надежности, так как в случае неплатежеспособности ООО кредитор не сможет возратить собственных средств по причине ограниченной ответственности участников ООО, что отрицательно сказывается на потенциале деловой репутации ООО. Не имеющее высокого потенциала деловой репутации ООО для успешного долгосрочно

ведения малого бизнеса практически не подходит. Несмотря на то, что в российской предпринимательской практике ООО имеет наибольшее распространение (около 1 млн. 300 тыс. ед.), с точки зрения иных субъектов предпринимательства ООО будет менее предпочтительна как деловой партнер.

У общества с дополнительной ответственностью (ОДО) потенциал деловой репутации выше, чем у ООО. Деловая репутация ОДО обеспечивается в основном за счет повышенной ответственности его участников, солидарно несущих субсидиарную ответственность по долгам ОДО. Это способствует созданию делового образа ОДО как надежного партнера для всех субъектов предпринимательства.

Имея высокий потенциал деловой репутации, ОДО также имеет свойственные ООО организационно-управленческие недостатки. Например, участники ОДО несут полную ответственность по его долгам, в то время как непосредственное управление ОДО осуществляется назначенным участниками директором, не несущим ответственности, определенной законом для участников. Наличие повышенной ответственности участников ОДО, как и в случае с ПТ и КТ, в большей степени обусловило малую распространенность данных ОПФ в практике российского предпринимательства.

Стартовый потенциал деловой репутации *акционерных обществ* (АО), как субъектов МП, находится на достаточно высоком уровне. Этому способствуют широкие финансовые возмож-

ности, связанные в первую очередь с выпуском акций, что характерно только для ОАО и ЗАО. Однако следует отметить общее несоответствие организационно-правовой формы ОАО и ЗАО малому масштабу предпринимательской деятельности субъектов МП. Это вносит определенные трудности в определение потенциала деловой репутации таких субъектов МП.

Однако в целом ОАО и ЗАО, при условии их отнесения к субъектам МП, имеют более значительный потенциал деловой репутации, чем ПК, ИП и ООО. Экономическая природа акционерного общества предполагает, что оно создается учредителями только для получения прибыли от его деятельности, практически без участия владельца бизнеса в управлении организацией, в результате чего, как правило, предусматривается многозвенная структура управления акционерным обществом.

Деловая репутация ОАО и ЗАО складывается и из того, что акционерное общество, как правило, имеет значительный капитал и годовой оборот. Это в свою очередь может говорить об акционерном обществе как о потенциально платежеспособном деловом партнере.

Потенциал деловой репутации субъекта МП, имеющего ОПФ в виде *производственного кооператива* (ПК) находится на относительно невысоком уровне. Причиной служит субсидиарная ответственность членов ПК и зависимость от их профессионализма.

Экономическая природа ПК предполагает, что владельцы бизнеса (пайщики) объединяют свои трудовые усилия для совместного ведения производственной и иной деятельности.

Деловая репутация ПК представляется иным субъектам предпринимательства лучше, чем ООО и ИП, и менее надежным, чем товарищества, ОДО и акционерные общества.

Стартовый потенциал деловой репутации индивидуального

не имеющее высокого потенциала

деловой репутации ООО

для успешного долгосрочно

ведения малого бизнеса

практически не подходит

предпринимателя (ИП) находится на невысоком уровне, уступая всем корпоративным ОПФ, за исключением ООО. Потенциал деловой репутации ИП складывается из наличия полной имущественной ответственности ИП за свою экономическую деятельность, а также наличия единого субъекта управления. Экономическая природа ИП представляет собой единоличное ведение гражданином малого бизнеса без создания организации. Деловой образ ИП полностью зависит от качеств самого предпринимателя и от его профессионализма.

На основании изложенного, можно выявить заинтересованность субъектов МП, имеющих различные ОПФ, в управлении и повышении собственной положительной деловой репутации, что и отражено в *табл. 2*.

Таблица 2

Стратегии управления деловой репутацией субъектами МП различных ОПФ

Организационно-правовая форма малого предпринимательства	Стратегии управления деловой репутацией на основе ее стартового потенциала
Полное товарищество	Необходимо поддерживать относительно высокий потенциал деловой репутации
Коммандитное товарищество	Необходимо поддерживать высокий потенциал деловой репутации
Общество с ограниченной ответственностью	Существует потребность в формировании положительной деловой репутации Необходимость управлять деловой репутацией с момента создания организации
Общество с дополнительной ответственностью	Необходимо поддерживать относительно высокий потенциал деловой репутации.
Открытое акционерное общество	Необходимо поддерживать относительно высокий потенциал деловой репутации
Закрытое акционерное общество	Необходимо поддерживать относительно высокий потенциал деловой репутации
Производственный кооператив	Необходимо управлять положительной деловой репутацией, повышать ее уровень
Индивидуальный предприниматель	Необходимо управлять положительной деловой репутацией, повышать ее уровень
Товарищество с ограниченной ответственностью	Необходимо поддерживать относительно высокий потенциал деловой репутации

Таким образом, с точки зрения репутациологии, проблема управления деловой репутацией в субъектах малого предпринимательства различных ОПФ требует масштабного исследования. В настоящем исследовании предпринята попытка затронуть отдельный аспект деятельности субъектов малого предпринимательства, и создать некоторую базу для дальнейших исследований.

Анализ показал, что каждая ОПФ имеет различный стартовый потенциал деловой репутации. Следует также отметить, что вклад в уставный (складочный) капитал в виде положительной деловой репутации не допускается для действующих хозяйственных товариществ и обществ, в том числе и производственных кооперативов.

Руководствуясь изложенным, субъектам малого предпринимательства рекомендуется использовать только оптимальную организационно-правовую форму для желаемой сферы деятельности, и целенаправленно управлять собственной деловой репутацией для получения положительного эффекта от предпринимательской деятельности. Качественное управление деловой репутацией может в перспективе позволить субъекту малого предпринимательства значительно повысить свой уровень конкурентоспособности и снизить зависимость от государственной поддержки, свойственную всему сектору малого предпринимательства.

Литература

1. Горин С.В. Деловая репутация организации. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 256 с.
2. Горин С.В., Тиньков С.В. Инновационные подходы к выбору оптимальной организационно-правовой формы малого предпринимательства // Компьютерные обучающие программы и инновации. – 2007. – № 4. – С. 182-190.