

МАЛЫЙ БИЗНЕС: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

Авалиани К.С.

Пензенский Государственный Университет

Легко ли найти работу, а тем более открыть свое дело в период экономического кризиса? Как создать бизнес, приносящий доход? Этими вопросами задаются многие студенты, впоследствии выпускники ВУЗов. В статье приведена характеристика малого и среднего бизнеса, затронуты основные проблемы и возможные пути решения.

В настоящее время в России политика государства, направленная в сторону развития рыночных отношений, определила необходимость формирования и развития новых форм хозяйствования, в частности, становления малого и среднего бизнеса. Однако, возникает вопрос: «Можно ли создать успешный бизнес, в условиях мирового экономического кризиса?»

И действительно, предпринимательство всегда связано с риском. По статистике девять из десяти новых компаний закрываются в течение первого года после открытия. Но с другой стороны, если не пытаться что-то сделать и валить все на кризис, то результат будет, мягко говоря, не положительный. Ведь, как говорится «под лежащий камень вода не течет». Именно «не лежащим» посвящена эта статья.

14 июня 1995 г. Президентом Российской Федерации подписан федеральный закон "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации". Это можно рассматривать как важный этап в формировании цивилизованной системы взаимоотношений государства и бизнеса на базе четких правовых норм.

Закон декларирует необходимость проведения целенаправленной государственной политики поддержки малого предпринимательства для проявления инициативы и предприимчивости в интересах развития национальной экономики. Закон призван обеспечить реализацию конституционных гарантий и прав граждан на свободное использование их способностей и имущества для предпринимательской деятельности в условиях конкурентной рыночной экономики (статья 34 Конституции Российской Федерации).

Под малым бизнесом понимается деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законом, государственными органами и другими представительными организациями критериях. Как правило, наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу, является: численность персонала (численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

- в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 человек;
- в оптовой торговле – 50;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30;

в других отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек), размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода). Следует отметить, что критерии отнесения предприятий к малым в нашей стране пока не устоялись, поэтому в настоящее время широко обсуждаются вопросы уточнения критериев, в частности с точки зрения установления границы предельного получаемого малыми предприятиями ежегодного дохода.

Малый бизнес – базовая составляющая рыночного хозяйства, которая является наиболее совершенной формой производственно-экономических отношений, при которых предприниматель, работая в условиях полной хозяйственной самостоятельности и имущественной ответственности, становится подлинным хозяином.

Малые и средние предприятия различаются по организационно-правовой форме, отраслевой и территориальной принадлежности, по размерам, по характеру деятельности, по структуре деятельности и отношению к происхождению капитала.

Главными особенностями малого и среднего бизнеса являются: деятельность в хозяйственной сфере с целью получения прибыли, экономическая свобода, инновационный характер, реализация товаров и услуг на рынке, гибкость. Ограниченность его масштабов вызывает особый, личностный характер отношений между хозяином и работником, что позволяет добиваться действительной мотивации работы персонала и более высокой степени его удовлетворенности трудом. Относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта не позволяют фирме оказывать сколько-нибудь серьезное влияние на цены и общий отраслевой объем реализации товара. В малом бизнесе присутствует персонифицированный характер отношений между предпринимателем и клиентами, т.е. малое предприятие рассчитано на обслуживание сравнительно узкого круга потребителей. Малые предприятия в основном полагаются на сравнительно небольшие кредиты банков, собственные средства и “неформальный” рынок капиталов (деньги друзей, родственников и т.д.). Также в малом бизнесе высока доля оборотного капитала по сравнению с основным фондом. Если у крупных предприятий это соотношение 80:20, то у малых оно составляет 20:80.

Сфера деятельности малого и среднего бизнеса весьма обширна. Основными сферами деятельности малых предприятий являются торговля и общественное питание, сельское хозяйство, промышленность и строительство. Однако следует отметить, что в российской экономике самым распространенным видом является торговля и посредническая деятельность (более 70%). Производственной деятельностью занимается примерно каждый десятый предприниматель, примерно столько же предоставляют населению транспортные, строительные и бытовые услуги, занимаются переработкой сельскохозяйственной продукцией. На рынке информационных, медицинских и риэлтерских услуг занято незначительное число малых предприятий.

Важная роль малого и среднего бизнеса заключается в том, что он обеспечивает значительное количество новых рабочих мест, насыщает рынок новыми товарами и услугами, удовлетворяет многочисленные нужды крупных предприятий, а так же выпускает специальные товары и услуги.

В существующих условиях рыночных отношений в России малый и средний бизнес являются одним из наиболее перспективных форм хозяйствования. Однако, малые и средние предприятия в нашей стране, не занимают того места, которое им отводится в экономически развитых странах, где число таких предприятий составляет свыше 80% от общего числа предприятий. В этом секторе экономики в развитых странах занято две трети работающих, производится более половины ВВП. Россия значительно отстает от стран с рыночной экономикой по этим показателям.

Что же мешает развитию малого и среднего бизнеса в России?

Малые предприятия, как субъект управления в рыночной экономике, характеризуются, прежде всего, как неустойчивая предпринимательская единица, наиболее зависимая от колебаний рынка. А это значит, что непредвиденные неблагоприятные изменения внешней среды наиболее негативно влияют на деятельность малого бизнеса. В то же время внешняя среда малых предприятий отличается собой в сравнении с крупным бизнесом, а также с государственными экономическими структурами, особой степени неопределенности. Это объясняется тем, что малые предприятия, как правило, действуют на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью неопределенности. Ключевой особенностью внешней среды малого бизнеса является его объективно подчиненная роль в системе отношений с государством, крупным бизнесом. А также имеется специфическая черта, которая связана именно с периодом радикальных реформ, т.е. исключительная подвижность внешней среды, возрастание скорости, с которой в окружении малого бизнеса происходят изменения.

Кроме негативных изменений внешней среды на возрастание неопределенности и степени рисков в деятельности малых предприятий влияет и внутренняя среда предприятия (совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы его жизнедеятельности), во многом зависящая от размера малого предприятия.

Одной из главных проблем малого бизнеса является финансирование. Главной проблемой кредитования малого бизнеса банкиры называют непрозрачность российского малого бизнеса. Второй проблемой является отсутствие надежных залогов, так как большинство представителей малого бизнеса не является владельцами ликвидного имущества.

Третий немаловажный фактор – недоверие к малому бизнесу, испытываемое банками. Российский бизнес как таковой существует менее двадцати лет и в этих условиях далеко не всегда можно говорить о сложившихся репутациях и кредитных историях. Малого же бизнеса эта проблема касается вдвойне – небольшие предприятия, как правило,

находятся на рынке существенно меньше, чем крупные, к тому же большинство из них не смогло пережить кризис 1998 года.

Нынешняя ситуация на рынке кредитования в корне отличается от той, которая была 8-10 лет тому назад, когда стоимость займов для малого и среднего бизнеса доходила до 200% годовых в рублях. Если крупный бизнес в России может получить рублевые кредиты под 12%, то для малых предприятий реальные ставки начинаются с 16% (10% предлагает Банк Москвы, но это пока лишь приятное исключение из общего правила), но и это большая редкость. Как правило, "малые" предприниматели могут рассчитывать на кредит стоимостью 20-24% годовых и то лишь при наличии приемлемых для банка залога или надежных поручителей.

Каждый пятый житель России в возрасте 16–26 лет мечтает об открытии своего дела, согласно опросу фонда “Общественное мнение”, проведенному в июле 2009 года.

В феврале 2009 г. правительство приняло программу борьбы с безработицей и помощь будущим предпринимателям. Если вы собираетесь открыть свое дело, можно вначале встать на биржу труда, сделать бизнес-план и подать его в специальную комиссию, как советует «Справочник карьериста–2010». Если ваш план понравится, вам выдадут пособие по безработице за год вперед. На регистрацию фирмы и первые организационные затраты хватит.

К примеру, в Москве можно получить ссуду в размере 350 000 руб. на открытие своего дела (департамент развития предпринимательства Москвы: www.dmpmos.ru). Ее придется возвращать, но процент меньше банковского (под 5%). Тем более что банковский кредит на открытие своего бизнеса можно получить лишь по достижении 27 лет.

Тем, кому от 18 до 27 и у кого есть проекты в области биотехнологий, медицины, приборостроения и других высоких технологий, можно надеяться на выигрыш в конкурсе “У. М. Н.И.К.” государственного Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (www.fasie.ru).

В Пензенской области, например, широкое применение получили государственные программы в виде софинансирования и субсидирования малого бизнеса.

Вышенаписанное – малая толика, возможностей открыть свое дело. Конечно, не все добиваются успеха, ведь многое зависит от качеств самого человека. Но мы то с вами не «лежащие камни», правильно?

Список литературы:

1. Сайт национальный института системных исследований проблем предпринимательства [<http://www.nisse.ru/>]

2. Л.Н. Никитина, М.И. Худилайнен. Становление малого бизнеса в России // Инновации. - № 9.- 2006.- 63 – 67 с.
3. Б.М. Маклярский. Экономика России. Учебное пособие / Б.М. Маклярский. – М.: Международные отношения, 2001.- 304 с.
4. Сайт Правительства Пензенской области
[http://www.penza.ru/national_economy/predpr/proekti37]
5. Справочник карьериста 2010. Антикризисный выпуск.- №5.- 2009