

Зайченко Т.С.

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова.
Научный руководитель – Н.Н. Кузьмина, ст. преп.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Любому жителю нашей страны понятно, что собой представляет «малый бизнес», не так ли? По крайней мере в общем. Попытка раскрыть сущность понятия «малый бизнес» зависит от того, что вы понимаете под словом «малый» и от ваших взглядов на рынок сегодня.

Некоторые полагают, что малой следует считать фирму, число сотрудников которой не превышает 500 человек, однако владельцу закусочной «Приятного аппетита» с шестью штатными работниками где-нибудь в российской глубинке, вероятно, ресторан со штатом в 90 человек покажется крупным.

Консенсус, определённо, существует.

В соответствии с Законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» (№88-ФЗ от 14.06.1995) субъектами малого предпринимательства (МП) считаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%; доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами МП, не превышает 25% и средняя численность работников, в которых за отчётный период не превышает: в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 чел., в научно-технической сфере – 60 чел., в оптовой торговле – 50 чел., в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30 чел., в остальных отраслях – 50 чел.

По данным территориального органа федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю на 1 января 2012 года 41% жителей заняты в экономике края, а именно в сфере малого бизнеса. По количеству малых предприятий край входит в тройку лидеров Сибирского федерального округа и в число двадцать ведущих регионов России. Существенно.

Почему малый бизнес так популярен в нашем регионе?

Один из ведущих показателей – это мобильность. Благодаря своим малым формам предприятия быстрее реагируют на всё убыстряющиеся перемены на рынках, легче проникают в незаполненные ниши. Малый бизнес – это часто нишевой бизнес, действующий по известной формуле: «Найди то, что надо потребителю, создай это и расскажи об этом как можно большему количеству потребителей». Эти преимущества малого бизнеса хорошо проявились в период экономического кризиса. Например, как оказалось, многие ниши, в которых они работают, были востребованы и в это непростое время (пекарни, парикмахерские, автомастерские), они проводили более гибкую ценовую политику, легче и быстрее меняли ассортимент товаров или своё местоположение. Не случайно же глобальный экономический кризис начался с

краха крупных корпораций. Как известно, банкротство того или иного предприятия малого бизнеса не влечёт за собой больших рисков, ибо освободившаяся ниша тут же заполняется другими.

Следующей положительной чертой малого бизнеса является создание новых рабочих мест. Как свидетельствует статистика, ежегодно 2/3 рабочих мест создаётся за счёт мелкого предпринимательства.

Нельзя не сказать и о том, что вступление в малый бизнес сравнительно быстро окупается, даёт возможность начать бизнес с малым стартовым капиталом.

Безусловно, глубокая специализация и востребованность, без чего сегодня немыслима высокая эффективность – характеризуют мелкое предпринимательство. Малый бизнес обладает удивительной способностью производить востребованные товары, удовлетворять потребности в дефицитных услугах, изготавливать штучную продукцию по требованиям заказчика. Только небольшим фирмам, часто семейным, под силу предложить покупателю от мебели ручной работы, потрясающего дизайна посуды, эксклюзивных ювелирных изделий до определенного сорта оливок, засоленных способом, передающимся из поколения в поколение, различных видов сыра и кондитерских изделий.

Кроме всего вышесказанного, необходимо включить в этот список и эффективность малых фирм. Далекое не все знают, что они отличаются высокой эффективностью капиталовложений. К примеру, в американском малом бизнесе она почти в 9 раз выше, чем в сфере крупного предпринимательства. Речь идёт, прежде всего, о технологическом секторе малого предпринимательства.

Но помимо «плюсов» всегда есть и «минусы», так называемые проблемы малого бизнеса:

- отсутствует система проведения глубокого анализа деятельности предприятий малого бизнеса, нет надлежащего учета результатов их работы, практически отсутствует отчетность по тем показателям, которые дают право этим предприятиям воспользоваться льготами по налогообложению.

- материально-техническое обеспечение предприятий малого бизнеса осуществляется в недостаточном объеме и несвоевременно. Машины, оборудование, приборы, предназначенные для таких предприятий и учитывающие их специфику, отсутствуют. Ограничен для них доступ к высоким технологиям, так как их покупка требует значительных одноразовых финансовых затрат.

- Следующая проблема — законодательная база, на которую сейчас может опираться малый бизнес. Пока она, мягко говоря, несовершенна, а во многих очень существенных положениях вообще отсутствует. Трудность, в том, что, во-первых, нет сводной единой законодательной основы для сегодняшней деятельности отечественных предприятий малого бизнеса, а во-вторых, имеющиеся разрозненные установления претворяются в жизнь далеко не полностью.

- Еще одна проблема — кадровая. Квалифицированных предпринимателей, к сожалению, гораздо меньше, чем реально нужно экономике.

Устранить проблемы малого бизнеса можно только при условии учета интересов государства, потребителей и субъектов предпринимательства. Каким образом?

Следует создавать механизмы льготного кредитования, налогообложения, различного рода льгот, включая и связанные с внешнеэкономической деятельностью. Смысл их в том, чтобы обеспечить лучшее удовлетворение потребностей людей при создании условий для последовательного развертывания предпринимательства.

Обеспечение доступной системы обучения и повышения квалификации предпринимателей – необходимость для нормального функционирования малого бизнеса. Во всех регионах существуют программы обучения бизнесу. К примеру, в Москве в предпринимательскую деятельность вовлекают в прямом смысле со школьной скамьи, для старших школьников созданы мини-предприятия, финансово поддерживается студенческое предпринимательство. Во многих городах предлагают простые краткосрочные курсы по маркетингу, менеджменту, управлению персоналом.

Было бы нужным и организация многочисленных бесплатных информационно-консультативных центров малого бизнеса, в которых можно получить совет по любому вопросу: регистрация, налогообложение, страхование, получение финансирования. Там всегда помогут составить бизнес-план или решить вопросы материально-технического снабжения.

Помимо вышеизложенного, необходимо добавить и такие статьи как:

- Защита на уровне законодательства
- Дешёвые кредиты малому бизнесу
- Налоговые льготы малому бизнесу
- Финансовые гарантии малому бизнесу

Хотелось бы обратить внимание на то, что проблемы малого бизнеса в сегодняшних условиях должны быть приоритетными для власти, ведь оно воздействует на структуру рынка и расширение рыночных отношений. Важнейшей основой устойчивости социально-экономического развития Алтайского края является количественный и качественный рост малого предпринимательства.

Малое предпринимательство в Алтайском крае является не только необходимым звеном в экономике края, но и наиболее существенным элементом в социальном преобразовании общества, так как в значительной степени служит созданию среднего класса.