

Р.В. Смородинов

(студент)

финансово-экономический факультет Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Развитие малого бизнеса - это один из решающих факторов инновационного обновления страны, обновления на принципах реализации человеческого капитала, роста инициативы и ответственности людей.

Мировая практика убедительно свидетельствует, что даже в странах с развитой рыночной экономикой малый бизнес оказывает существенное влияние на развитие народного хозяйства, решение социальных проблем, увеличение численности занятых рабочих. По численности работающих, по объему производимых и реализуемых товаров, выполняемых работ субъекты малого предпринимательства в отдельных странах играют ведущую роль. Высокий уровень развития малого предпринимательства является необходимым условием успешного функционирования рыночной экономики. Малый бизнес в развитых странах мира во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. [1]

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает экономике необходимую гибкость. Малые компании способны мгновенно отзываться на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Малый бизнес вносит существенный вклад в формирование конкурентной среды, что для нашей высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение.

Развитие малого и среднего бизнеса отвечает общемировым тенденциям по формированию гибкой смешанной экономики, сочетанию разных форм собственности и адекватной им модели хозяйства, в которой реализуется сложный синтез конкурентного рыночного механизма и государственного регулирования крупного, среднего и мелкого производства.

Развитие малого бизнеса несет в себе множество важных преимуществ:

1. Увеличение числа собственников, а значит, формирование среднего класса - главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе;
2. Рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп;
3. Создание новых рабочих мест с относительно низкими капитальными затратами, особенно в сфере обслуживания;
4. Формирование необходимых навыков работы на рынке и повышение квалификации;

5. Разработка и внедрение технологических, технических и организационных новшеств (стремясь выжить в конкурентной борьбе, малые фирмы чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты);

6. Косвенная стимуляция эффективности производства крупных компаний путем освоения новых рынков, которые солидные фирмы считают недостаточно емкими (из недр малого бизнеса нередко вырастают не только крупные компании, но и наиболее современные наукоемкие отрасли и производства);

7. Ликвидация монополии производителей, создание конкурентной среды;

8. Мобилизация материальных, финансовых и природных ресурсов, которые иначе остались бы невостребованными, а также более эффективное их использование (например, малый бизнес аккумулирует небольшие сбережения граждан, не склонных прибегать к услугам банковской системы, но готовых вкладывать деньги в собственное предприятие);

9. Снижение фондовооруженности и капиталоемкости при выпуске более трудоемкой продукции, быстрая окупаемость вложений;

10. Улучшение взаимосвязи между различными секторами экономики.

Попробуем выявить основные группы деструктивных факторов для развития малого бизнеса в России.

Первая группа деструктивных факторов – это состояние ресурсных рынков.

Едва ли не самой значимой для малого бизнеса является ситуация на рынке недвижимости, нехватка производственных площадей. Крупные предприятия не торопятся включать в рыночный оборот неиспользуемые производственные помещения.

Низкая квалификация предпринимателей с точки зрения организации и управления бизнесом также является важной проблемой.

На современном рынке средств производства дефицит специализированного отечественного и импортного оборудования, который ощущался на начальном этапе развития малого бизнеса (в конце 1980-х-начале 1990-х гг.), когда производители ориентировались главным образом на удовлетворение потребностей крупных государственных предприятий, был преодолен по мере развития рыночных преобразований и активизации внешней торговли.

Современный предприниматель не ощущает недостатка в предложениях поставить самое современное отечественное и зарубежное оборудование, однако может испытывать недостаток средств на его приобретение.

Аналогичное положение сложилось на рынке сырья и вспомогательных материалов. Рост цен на продукцию базовых отраслей, используемую малыми предприятиями, постоянно опережает рост цен на продукцию малого бизнеса и тем самым ухудшает его экономическое положение. [2]

Что касается рынка труда, то здесь отмечаются серьезные региональные и отраслевые диспропорции. Трудовые ресурсы недостаточно мобильны. Их

относительная дешевизна не компенсирует недостаточную квалифицированность.

Рынок информации развивается хаотично и не радует потребителя высоким качеством (актуальностью) и разумными ценами на данные. Мелкий предприниматель черпает сведения из неформальных источников (личные связи, знакомства) и баз данных, которые составлены по материалам печати и рекламы. Имеет место сложность получения информации о деловой среде. Чаще всего, получить информацию о потенциальном конкуренте или деловом партнере очень тяжело или зачастую невозможно. В России не существует специальных изданий, которые бы ежегодно или ежеквартально публиковали бухгалтерскую отчетность именно предприятий малого и среднего бизнеса.

Развитие малого бизнеса затруднено вследствие отсутствия источников финансирования ранних стадий развития бизнеса:

1. Масштабы малого бизнеса незначительны и, как правило, ограничены рамками местного или регионального рынка, а профессиональные инвесторы предпочитают вкладывать деньги в потенциальных лидеров рынка, демонстрирующих высокий потенциал роста бизнеса;

2. Лизинг технологического оборудования также малодоступен, как вследствие низкого уровня развития лизинговых операций, так и неспособности лизингополучателей выплатить первый взнос, составляющий 20-30% от стоимости оборудования;

3. Основными источниками финансирования малых предприятий в других странах являются друзья или родственники, но в России не так много людей, имеющих достаточные сбережения, чтобы позволить себе финансировать развитие даже малого бизнеса;

4. Недоступность финансирования для малых предприятий приводит к криминализации малого бизнеса, так как единственным источником финансирования бизнеса становятся криминальные структуры;

5. Банковское финансирование недоступно для подавляющего большинства малых предприятий, так как у начинающих предпринимателей отсутствует ликвидное имущество, которое может быть представлено банку в качестве обеспечения.

Можно выделить 5 основных проблем, стоящих перед предпринимателем, желающим взять кредит:

1. Высокие проценты;

2. Короткие сроки погашения;

3. Отсутствие или недостаточность стартового капитала малого предприятия;

4. Ограниченность предложения кредитов для малого бизнеса и отсутствие конкурентного рынка услуг по кредитованию;

5. Сложность и длительность процедуры получения банковского кредита.

Это те проблемы, которые пугают предпринимателя в самой процедуре кредитования. Помимо этих сложностей у предпринимателей немало своих

внутренних проблем, которые также затрудняют получение банковских кредитов:

1. Непрозрачная и недостоверная отчетность, отсутствие стимулов для адекватного отражения финансовых результатов в отчетности;
2. Незначительный масштаб бизнеса, затрудняющий оценку его состояния;
3. Низкое качество проработки бизнес-планов при привлечении кредитов;
4. Нестабильность законодательства, главным образом в области налогообложения малого предприятия;
5. Низкий уровень юридической грамотности заемщика для надлежащего оформления всех необходимых документов.

В числе основных причин, сдерживающих развитие малого предпринимательства - недостаточность собственных финансовых средств и альтернативных источников финансирования, как для старта, так и для развития предприятий. Трудности с привлечением капитала являются не только входным, но и постоянно действующим барьером, часто ставящим малые предприятия на грань выживания. Кредитование малого бизнеса - естественная возможность развития предприятия, будь то расширение сферы услуг, диверсификация производства или иные цели, требующие целенаправленного денежного займа. Год от года кредитование малого бизнеса становится все более популярной формой привлечения дополнительных инвестиций. [3]

Все это говорит о несомненной актуальности разработки продуктов кредитования малого бизнеса, а также исследования проблем, связанных с упрочением положения малого предпринимательства на рынке кредитных ресурсов.

Список литературы

1. Максимцов, М.М. Менеджмент малого бизнеса: учебник/М.М Максимцов, В.Я. Горфинкель - М.: Вузовский учебник, 2007.
2. Муравьев, А.И. Предпринимательство: учебник/А.И. Муравьев, А.М. Игнатьев, А.Б. Крутик. - СПб.: Лань, 2007.
3. Лаврушин, О.И. Банковское дело: учебник/О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, Н.И. Валенцева - М.: КНОРУС, 2008.