

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС РОССИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Кодолбенко Анастасия Сергеевна

студент ФЭФ, бакалавр ГБОУ ВПО МО «Технологический университет», РФ, г. Королев

Салманов Олег Николаевич

научный руководитель, д-р экон. наук, проф., ФЭФ, ГБОУ ВПО МО «Технологический университет», РФ, г. Королев

В статье проанализированы основные макроэкономические показатели, влияющие на количество малых и средних предприятий в России и за рубежом. Охарактеризованы проблемы выживания бизнеса в России и найдены пути решения, используя мировой опыт развитых стран.

Малый и средний бизнес в России начал свое существование сравнительно недавно, в 80–90-х годах XX века. Несмотря на непродолжительный период времени, данный сегмент бизнеса сумел занять свою нишу в экономике страны и стал играть важную роль в ее развитии (таблица 1). Развитие частного предпринимательства, как известно, способствует научно-техническому прогрессу, улучшению макроэкономических показателей: ускорение роста ВВП, увеличение внешнего торгового оборота, снижение уровня безработицы, за счет появления новых рабочих мест, и соответственно решение проблем занятости, а также создание необходимого уровня конкуренции. В России доля частного предпринимательства в ВВП составляет порядка 20%, в то время как, в странах запада, таких как, Германии, Франции, Великобритании – 50–60%, а в Италии эта цифра превышает 80% [1, с.2–3].

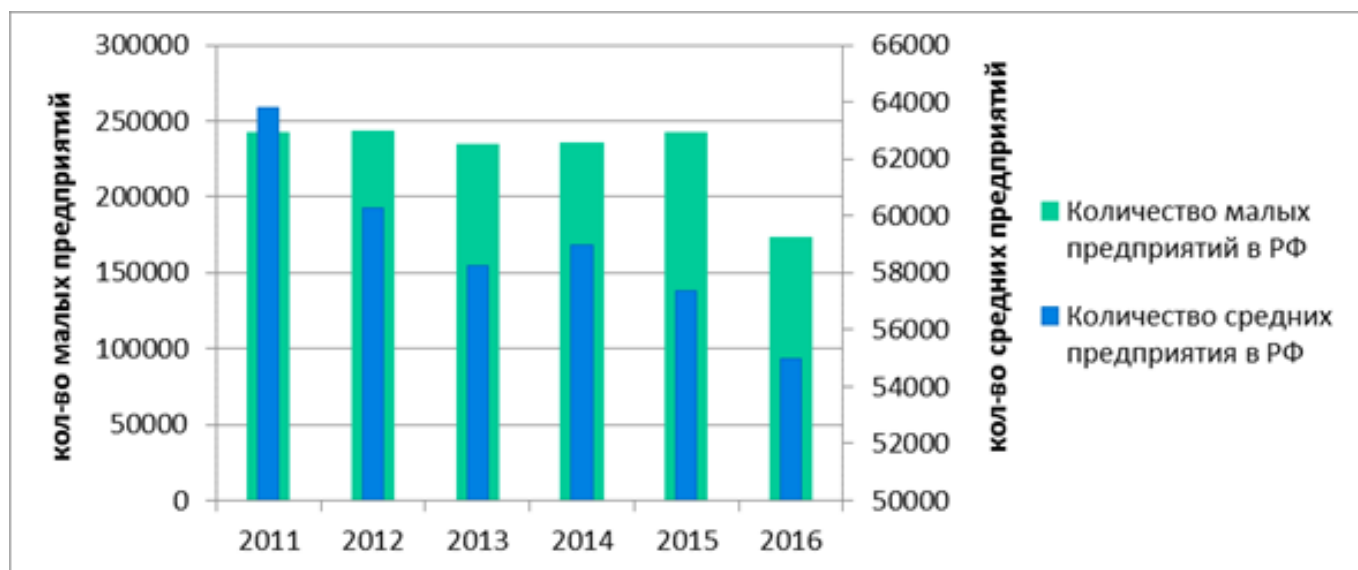


Рисунок 1. Количество малых и средних предприятий в РФ

В статье [2, с.3] рассматривается вопрос о законодательной базе, создания и развития малых

и средних предприятий, и ее несовершенстве в нашей стране. С этим нельзя не согласиться, т.к. в стране нет четких систем государственной поддержки и финансирования, высокие налоговые сборы и т.д., все это не способствует здоровому развитию бизнеса. Для того чтобы частные предприятия работали в «полную силу», нужно устранять все административные барьеры, и вместе с этим создавать меры по поддержанию малого и среднего бизнеса.

С 2014 года экономическое положение РФ значительно ухудшилось в связи с введением санкций со стороны западных коллег. Одновременно с этим, быстрое снижение цен на нефть (таблица 2) и соответственно девальвация курса национальной валюты (таблица 3). Все эти изменения привели к экономическому кризису, продолжающемуся в настоящий период.

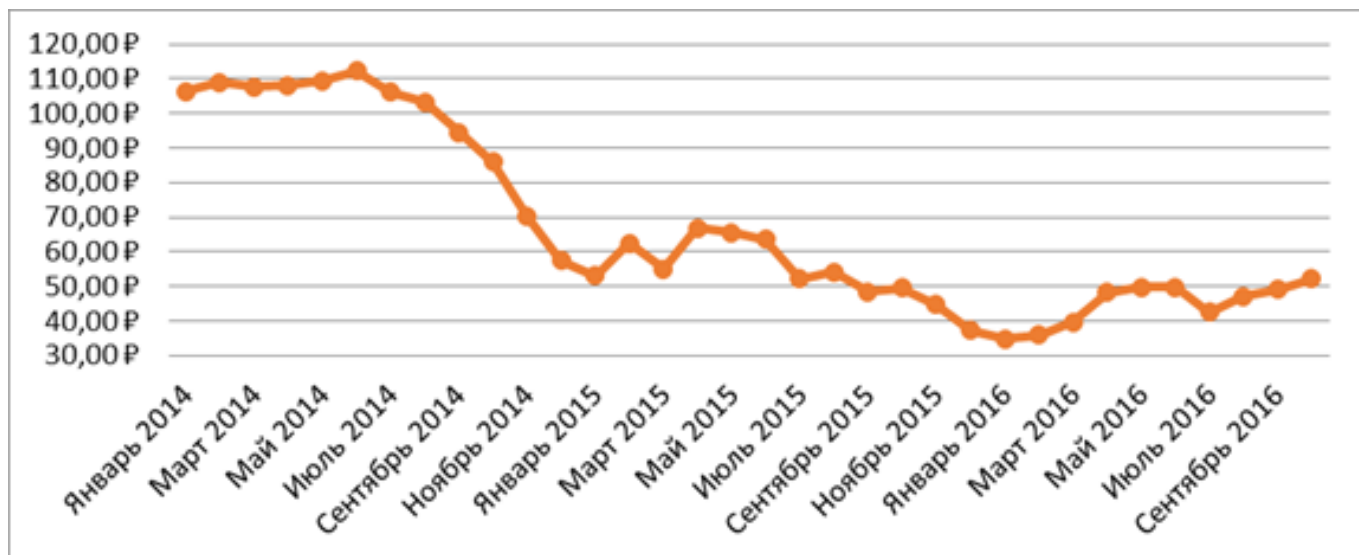


Рисунок 2. Изменение цены нефти, марки Brent

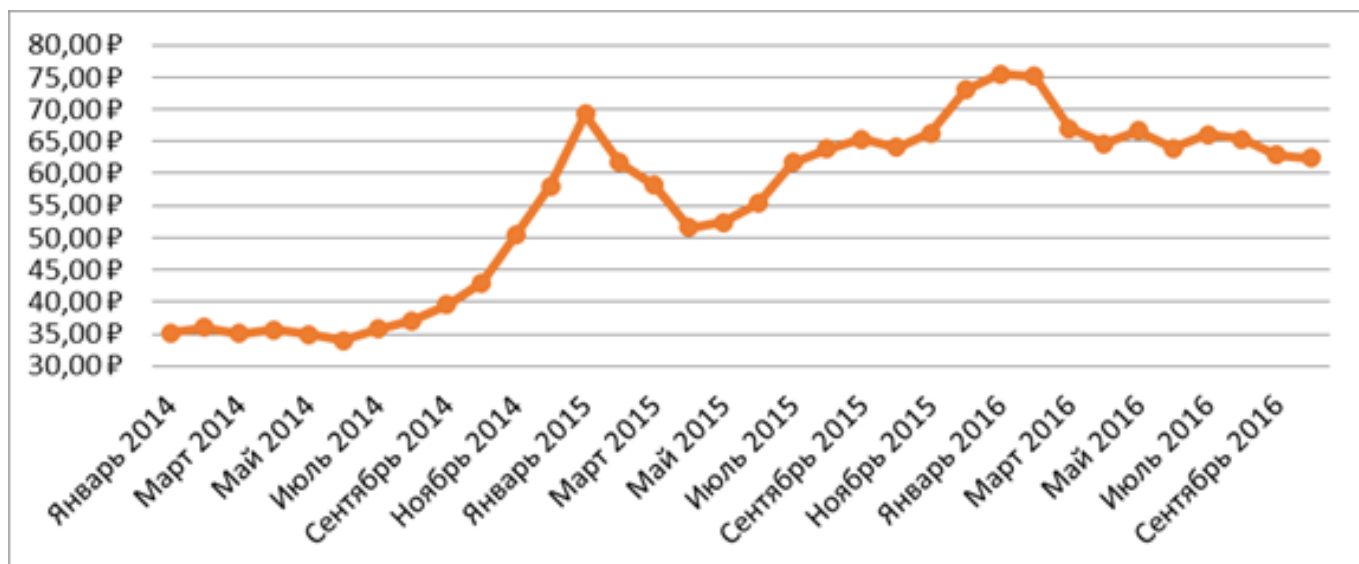


Рисунок 3. Изменение курса USD/RUB

Незамедлительно на изменения в экономике отреагировала ключевая ставка, поднимавшаяся с 10% до 17% за 3 месяца. Что повлекло за собой снижение объемов выданных кредитов, а также увеличение просроченных задолженностей (таблица 4).

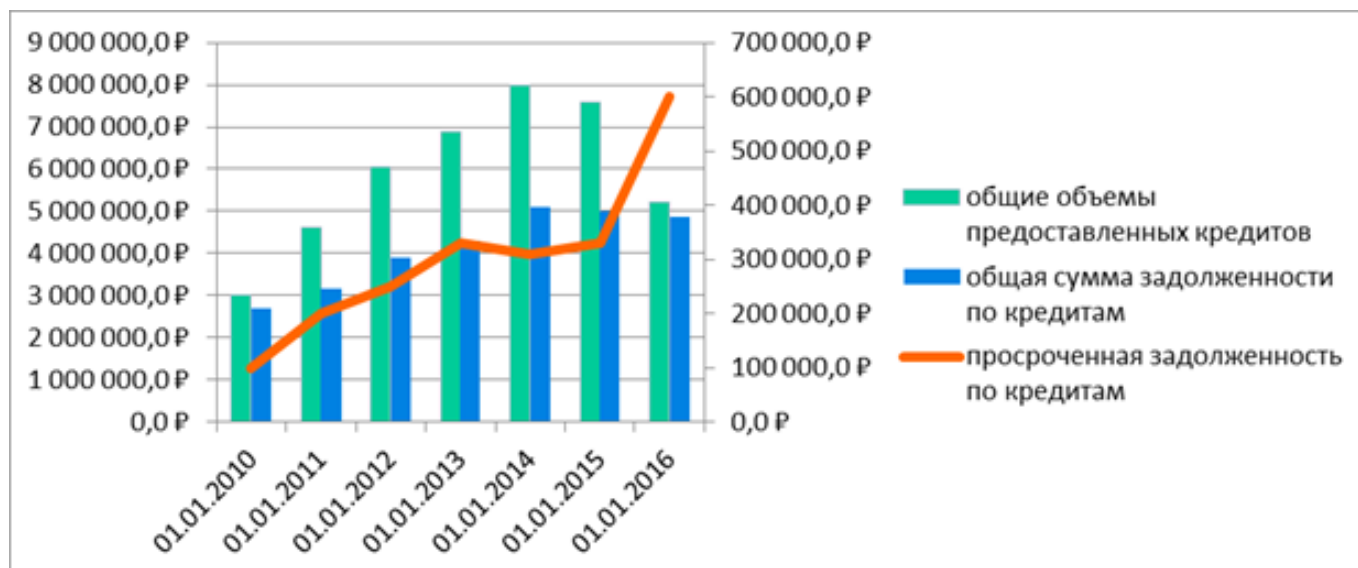


Рисунок 4. Тенденции объемов выданных кредитов, общей суммы задолженностей по кредитам и просроченной задолженности по кредитам

Данная тема затрагивается в статье [3, с.47–49], где приводятся данные по кредитованию малого и среднего бизнеса, а также данные по результатам опросов топ-менеджеров крупнейших банков России. Согласно результатам опросов говорится, что «для начала должна установиться стабильная политическая и макроэкономическая обстановка и тогда начнут сбываться прогнозы».

Считается, что кризис – это переворот, изменение существующих стандартов на новые и непредсказуемость дальнейшего развития. Но не стоит воспринимать кризис, как нечто негативное, это также и новые возможности, которые открываются перед предпринимателями для завоевания новых рынков или новых клиентов. Сейчас, в XXI веке, клиенты стали более требовательны к качеству, сервису и ценам. Для компаний, работающих в сфере B2C или B2B, появились реальные возможности расширения своей клиентской базы.

Кризис, который мы сейчас наблюдаем – это сочетание девальвации рубля с падением доходов населения, что приводит к падению продаж и снижению денежных единиц в экономике страны.

Сегодня мы можем наблюдать, как многие корпорации ищут на роль бизнес партнеров владельцев малого и среднего бизнеса. Почему? Небольшие компании отличаются большей гибкостью, быстро адаптируются к изменяющимся рынкам, в отличие от крупных компаний, и соответственно они могут предложить более выгодные цены.

В статье [4, с.2], авторы показывают способы «выживания» в кризис на примере Испании, которая начала развитие своего частного предпринимательства только в 70-х годах XX века, а сегодня занимает лидирующие позиции по доле малого и среднего бизнеса в ВВП страны – 69%. Что сделали в Испании? Во-первых, была решена возможность получения бессрочных кредитов, что позволяет предпринимателю более свободно распределять средства. Во-вторых, отсутствие налогов на протяжении первых 5 лет существования предприятия.

Также существуют классические подходы функционирования компаний в период экономического кризиса: «Сокращение издержек, расширение сферы деятельности или увеличение выручки, а также сохранение финансирования» [5, с. 285].

Резюмируя, можно сказать:

1. Нужно выбирать российских поставщиков, т.к. это значительно снизит зависимость от курсов валют, что однозначно выгодно в условиях кризиса.
2. Открывать свои собственные производства, если среди отечественных поставщиков нет нужных вам товаров. Однозначно, это решение не для всех отраслей, но там где это возможно, почему нет? Это поможет опять же снизить зависимость от курсов валют при перепродаже импорта.
3. Но все же, если бизнес связан с импортом, и нет возможности уйти от этого, необходимо как можно быстрее выполнять обязательства (сделки). Т.е., между оформлением и выплатой заказа должно проходить не более 2-3 дней. При соблюдении этого, можно максимально избежать потерь в связи с колебаниями курса.
4. Улучшить логистику. Провести мероприятия по оптимизации доставки и хранения товара, а ответственной логистической группе нужно создать несколько планов реорганизации логистики в компании.
5. Повысить уровень обслуживания, особенно для компаний, занимающихся B2B. Клиенты, ранее заключавшие контракты на 3-5 лет, становятся более требовательными и могут менять поставщика хоть каждый месяц, если где-то им предложили лучшие условия.

Мировой опыт показывает нам, что в экономике высокоразвитых стран, где ведут свою деятельность громадные корпорации, казалось бы, монополизировавшие целые секторы производства, основная масса ВВП создается значительным количеством малых и средних предприятий. Они являются, как таковым гарантом динамичной и гибкой экономики, средством постоянной корректировки структуры производства.

Однозначно, абсолютной стабильности в этой сфере быть не может, но даже в сегодняшних сложнейших кризисных условиях, продолжают работать и развиваться тысячи малых и средних компаний. Каждый день в мире предприятия останавливаются, фирмы банкротятся, и именно в этот период экономического кризиса можно показать себя, стать вполне конкурентоспособным.

Конечно, в период общеэкономического кризиса, любая хозяйственная деятельность подвержена риску, но ведь есть вероятность выигрыша. Когда человек создает свое дело, он проверяет себя как личность, профессионала своего дела и т.д.

У мелких и средних предпринимателей есть все возможности занять свободные ниши рынка, при этом, не ущемляя других. Очевидно, что через несколько лет, малый и средний бизнес все же займет свое место в экономике нашей страны.

Список литературы:

1. Бородина Ю.И., Арефьев И.А., Ключников С.С. Санкции как возможность развития малого и среднего бизнеса в России // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. – №5 (72).
2. Голокозова И.Р., Агарков Л.В. Какого будущее малого и среднего бизнеса в России? // Young Since. – 2015. – №5 (10).
3. Петрушкан К.С., Грицунова С.В. Развитие рынка кредитования малого и среднего предпринимательства в России в 2016 году: тенденции, перспективы // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – №50-2.
4. Саркисян Л.А., Нефедов М.Д. Возможности для развития малого и среднего бизнеса в России по примеру ряда зарубежных стран // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике. – 2015. – №4 (6).

5. Филипповская О.В. Малый и средний бизнес-развитие в условиях экономического кризиса // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2016. – №1 (11).