

## МОДЕЛИРОВАНИЕ РАБОТЫ МАЛОГО БИЗНЕСА

**Козырев Денис Павлович**

студент КНИТУ-КАИ, РФ, Казань

Малый бизнес – важная часть современной экономики в России. Опыт развитых стран показывает, что малые предприятия играют одну из ключевых ролей в экономике, выполняя ряд важнейших функций, такие как создание рабочих мест, формирование конкурентно способной среды, поддержка инновационной деятельности, смягчение социального неравенства, а также внедрение новых технологий. Доля ВВП малого бизнеса за рубежом составляет более 50%. В России же по данным на 2017-2018 год этот процент приблизительно равен 20. Существование высокого риска создания предприятия как в крупных городах, так и в районах, при отсутствии заметных преимуществ вызвало низкий спрос на данную деятельность в России.

В странах с развитой рыночной экономикой нестабильность малого бизнеса связана с его сильной зависимостью от внешней среды – как от социальных, технологических, экономических, и политических факторов так и от факторов конкурентного окружения. Для того, чтобы выжить и занять свою нишу на рынке, малый бизнес должен хорошо адаптироваться и ориентироваться в условиях достаточно высокой степени риска. Справедливо будет добавить, что риск можно снизить, даже в условиях рынка России. Для этого требуется высокий профессионализм менеджера малой организации в области управления рыночной информацией, который будет своевременно и качественно принимать решения при каких-либо изменениях внешних факторов. Другими словами, менеджер малого бизнеса должен быть и маркетологом.

Безусловно, важную роль в малом бизнесе играет маркетинг. Для успешного развития организации, ее маркетинг с самого начала должен быть ориентирован на потребителя и его индивидуальные запросы. Основной формой маркетинга малого бизнеса является целевой специализированный маркетинг. Он позволяет сконцентрировать малый объем ресурсов новоиспеченной организации на наиболее важном направлении. Однако ошибка в принятии решения может быть фатальной для бизнеса, так как зачастую малое предприятие не имеет финансовых возможностей для покрытия.

Следовательно, менеджер малого предприятия обязан проводить маркетинговые исследования по изучению рынка, выбирать целевой сегмент, оценивать потенциальные возможности, а также оценивать силу потенциальных конкурентов. Успешность данных операций требует от менеджера малой организации достаточно серьезной подготовки в области теории принятия решений и области экономико-математического моделирования.

С серьезной подготовкой также существуют определенные проблемы. За почти 30 лет рыночных отношений в РФ, практически отсутствует действительно хорошая отечественная литература, а подготовка в университетах не дает того необходимого на сегодняшний день мирового уровня знаний.

Риск можно снизить, используя математические модели и модели, изучающие развитие предприятия. Они позволяют обнаружить особенности функционирования конкретного сегмента экономики и прогнозировать его динамику в будущем. Известный пример применения методов экономико-математического моделирования – матрица "Бостон-консалтинг групп". Это простейший инструмент управления бизнесом, который позволяет своевременно оценить место и способности организации. Возможности экономико-

математического моделирования позволяют менеджеру самостоятельно структурировать свою собственную ситуацию и создавать собственные модели поведения на рынке в условиях риска.

Стоит напомнить, что в отличие от моделей прикладной статистики, экономико-математическое моделирование применяется только к конкретным моделям. Успешная же реализация модели позволяет существенно сокращать суммарные издержки.

В зависимости от своего назначения все модели подразделяются на аналитические и прогнозные. Краткосрочное прогнозирование предполагает горизонт прогнозирования в пределах одного года. Среднесрочное и долгосрочное прогнозирование отличаются горизонтами прогнозирования, но в обоих случаях задача, как правило, решается с шагом в один год. Соответственно меняются характеристики и показатели факторов, определяющих динамику процесса.

Модели, в которых описывается моментное состояние экономики, называются статистическими. Модели, в которых рассматривается развитие процесса в течении времени, с учетом обратных связей, относятся к динамическим. Модели, описывающие наблюдаемые явления, принято называть дескриптивными. Модель, используемая для нахождения оптимального состояния объекта исследования, называется нормативной моделью.

Если модель допускает аналитическое описание составляющих ее процессов, а решением задачи является единственно возможный результат, такая модель является детерминированной. Модели, в которых параметры представлены случайными величинами, а результат определяется не однозначно, относятся к стохастическим.

При изучении экономических рисков необходимо моделировать различные неопределенности будущего и настоящего. Неопределенность описывают с помощью вероятностно-статистических моделей. Основная задача таких моделей – анализировать массовые явления. Единичные же события рациональнее описываются интервальными числами, задающие нижние и верхние границы для достоверно неизвестных параметров.

При применении математических моделей важно учитывать устойчивость выводов по отношению к допустимым отклонениям исходных данных. К применению может быть допущена только модель, у которой полученные с ее помощью данные мало изменяются при каких-либо отклонениях.

В заключении хотели бы сказать, что несмотря на все плюсы использования математических моделей, в России предприятия практически не прибегают к их помощи в решении проблем. Выше же было продемонстрировано, что экономико-математическое моделирование имеет широкие перспективы практического применения в создании малого бизнеса. Повсеместное использование математических моделей принесет пользу как теории, так и практике.

Ключевые слова:

Малое предпринимательство (малый бизнес) - предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесённые в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесённые в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, фермерские хозяйства, соответствующие определенным условиям.

Менеджер - лицо, занимающее постоянную должность, наделенное полномочиями и обладающее ответственностью в области принятия решений по конкретным видам деятельности организации, функционирующей в рыночных условиях.

Маркетинг - организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. Более кратко, маркетинг - деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли.

Экономический риск - в проектном финансировании риск того, что продукция проекта не сможет быть продана по цене, покрывающей операционные и эксплуатационные издержки проекта, а также расходы по обслуживанию долга.

Экономическая модель - это упрощенное изображение экономической действительности, позволяющее выделить наиболее главное в сжатой компактной форме.

### **Список литературы:**

1. Гарифуллин Р. Ф. Стратегии инновационного развития предприятия машиностроения // Вопросы инновационной экономики. 2011. № 6 (6). С. 27-34.
2. Гарифуллин Р.Ф. Стратегии, планирование и достижение цели // Экономика, предпринимательство и право. 2011. № 6. С. 11-17.
3. Гарифуллин Р.Ф., Николаенко Ю.В. Алгоритм технического перевооружения на основе методов планирования инноваций // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 2. С. 22-27.