

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Бликян Х.М., Смирнов Д.В.

«Ростовский государственный строительный университет», Ростов-на-Дону, Россия, (344022, г. Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162, e-mail: chatunablikjan@mail.ru, skpk@rambler.ru)

В статье рассмотрено – современное состояние, проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса в России. Проблемы развития малых форм предпринимательства. На сегодняшний день российский малый бизнес сконцентрирован на продвижении продукции зарубежных производителей и не работает на инновационное развитие отечественной экономики. Малый бизнес является составной частью развитой экономики. Он должен выполнять ряд функций, которые позволяют экономике гармонично развиваться. Именно малый бизнес является проводником эффективных инноваций в массовое производство.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, потребительский потенциал рынка.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA

Blikyan H.M., Smirnov D. V.

"Rostov state construction university", Rostov-on-Don, Russia, (344022, Rostov – on – Don, Sotsialisticheskaya St., 162, e-mail: chatunablikjan@mail.ru, skpk@rambler.ru)

In article it is considered – a current state, problems and prospects of development of small and medium business in Russia. Problems of development of small forms of business. Today the Russian small business is concentrated on advance of production of foreign producers and doesn't work for innovative development of domestic economy. Small business is a component of the developed economy. It has to carry out a number of functions which allow economy to develop harmoniously. Small business is the conductor of effective innovations in mass production.

Keywords: small and medium business, consumer capacity of the market.

В экономике любой страны с рыночной системой хозяйствования, малый и средний бизнес играет существенную роль. В трансформационных же – переходных экономиках, какой по существу является экономика России, зачастую роль малого и среднего бизнеса незаменима при решении наиболее острых экономических и социальных задач. Не требуя значительных затрат со стороны государства, малый и средний бизнес, как явление, стабилизирует социальную ситуацию в стране, решая проблемы, связанные с социальной напряженностью и занятостью населения.

Особенности малого и среднего бизнеса во все времена считалось основой экономического развития государства. Постоянное совершенствование такой основы позволит определить и предопределить перспективы развития бизнеса. Именно на основе этого разрабатывается стратегия развития бизнеса и в частности развитие российского бизнеса.

О роли данного бизнеса говорит тот факт, что в нем занято почти 25 % экономически активного населения России. Тем не менее, уровень развития малого и среднего предпринимательства у нас крайне недостаточен. К примеру, в странах ЕС малый бизнес обеспечивает 70 % рабочих мест. В структуре нашей экономики он пока не является существенным звеном как с точки зрения доли в ВВП и общей занятости населения, так и с точки зрения фокуса экономической политики. [2]

Однако работа российских предприятий в рыночной среде связана с большим уровнем неопределенности, нестабильной конкурентной средой и изменчивостью конъюнктуры. Это создает реальную возможность как быстрого роста экономики предприятия и его процветания, так и увеличения рисков появления ошибок управления, приводящих к развитию кризиса.

Общая экономическая ситуация для развития бизнеса стабильно неблагоприятная. К тем трудностям, с которыми традиционно сталкиваются предприниматели в частности налогообложение, рост тарифов и доступ к финансам, необходимо добавить еще один параметр – доступность госзакупок, поскольку государственные контракты, государственные инвестиции в целом превратились в стимул для экономики страны. В целом по стране эта цифра составляет полмиллиона. Сейчас предпринимается попытка остановить этот процесс. Так с 1 января 2014 года минимальная квота закупок у малого бизнеса возрастает до 15%. Таким образом, малым предпринимателям "в теории" будет открыт рынок сбыта объемом не менее 900 миллиардов рублей. Если ситуация с исполнением данной нормы не изменится в лучшую сторону, малый бизнес продолжит недополучать около 650 миллиардов рублей в год. Однако даже при благоприятном исходе, восстановление утраченных позиций в малом бизнесе будет идти медленно[1].

Неблагоприятная институциональная среда сказывается на выполнении основных функций малого бизнеса в экономике – диверсификации и продвижения инновационных продуктов в массовое производство. Роль малого бизнеса сводится до посреднических функций и продвижения на рынок зарубежных продуктов, что неизбежно ведет к падению уровня развития реального сектора экономики, к потере конкурентных преимуществ, к замедлению темпов развития научного сектора и к окончательной потере связей между производственным и научным сектором.

Однако наличием только одной средовой составляющей нельзя всецело охватить понимания нынешней ситуации в малом бизнесе. Важным также является генезис предпринимательства с позиции субъектов деятельности. Стремление к независимости и желание реализовать свой творческий потенциал, рациональный расчет на преуспевание или отчаяние от невозможности прокормить собственную семью толкает людей на предпринимательскую деятельность. За различием между так называемым добровольным и вынужденным предпринимательством стоят разные типичные «портреты» предпринимателей – с разным профессиональным и жизненным опытом, возможностями и устремлениями. Одни чаще создают растущие фирмы и рабочие места, другие более склонны ограничиваться мелким бизнесом, который зачастую ведется на неформальных началах, или самозанятостью. Социологические данные подтверждают глубинные настроения российских предпринимателей, значительная часть которых являются «вынужденными предпринимателями», для них даже придумано меткое определение «коммерческий пролетариат». [3]

Такое предпринимательство порождает управленцев с низкой компетенцией в управлении, что является кадровой проблемой. Сегодняшняя система подготовки кадров охватывает лишь малую часть предпринимателей и, если крупный бизнес может подготовить для себя необходимых специалистов, то малому они нужны уже в готовом виде.

Для того чтобы малый бизнес действительно оказывал положительное влияние на развитие экономики и способствовал укреплению конкурентоспособности российской продукции особенно ее реального сектора, общее число малых предприятий по стране должно быть не менее 2–3 млн, примерно равномерно распределенных территориально [4]. В каждом округе, необходимо развивать малые формы предпринимательства именно в той отрасли экономики, которая эффективно развивается и учитывает характерные особенности территории. Также необходимо распространение малого бизнеса во всех отраслях экономики, за исключением естественных монополий.

Сейчас в целом по России и регионах создана инфраструктура малого бизнеса, задействованы различные финансовые механизмы господдержки, более десяти лет действуют соответствующие целевые программы. Однако все же принятые меры не обеспечивают снижения фискальной нагрузки и ограничений административного давления, не приводят к ожидаемым структурным изменениям в экономике и росту в ней доли малого и среднего бизнеса до сопоставимых с развитыми странами показателей.

Причины данного явления, лежат с одной стороны в самом предпринимательском сообществе, а с другой, в общей экономической и социальной ситуации, сложившейся в стране.

Во-первых, довольно низок уровень инновационной активности бизнесменов. Инновационный тренд развития предполагает создание полноценной конкурентной среды. Так, например, в строительстве, где конкурентные отношения стали складываться гораздо быстрее, чем в других отраслях появилось наличие избыточных строительных мощностей, особенно в первые годы формирования строительного рынка, что способствовало развитию инноваций. Другая причина связана с разукрупнением крупных строительных трестов и возникновением малых и средних форматов бизнеса в строительстве.

Во-вторых, в подавляющем большинстве случаев по мере ухода из бизнеса предпринимателей их места не занимают другие, то есть имеет место суженное воспроизводство предпринимательского слоя. Предприниматели должны быть способны определить потенциальных покупателей и найти к ним подход, предложив решения покупательских проблем, которые находятся на пересечении рыночных возможностей, внутренних ресурсов бизнеса и потребительских настроений.

Развивать малое предпринимательство сейчас необходимо за счет молодых людей. Чтобы привлекать молодых людей в предпринимательство нужно сделать так, чтобы это было модно. Именно мода во многом диктует молодым модель поведения. Сейчас модно быть чиновником или работать в крупной компании, поэтому большая часть выпускников ВУЗов стремятся найти себя именно там. Однако такой рынок рабочей силы сейчас практически заполнен, а в малом бизнесе всегда найдется место для активных молодых людей.

Важным моментом является создание условий для осуществления предпринимательства. Необходимо освободить от отчетности и налогообложения начинающих предпринимателей хотя бы в первый год, дать свободу для осуществления творческой деятельности. Да, безусловно, найдутся те, кто станет злоупотреблять этим, но

нужно подумать о том, что еще больше таких людей, которые, начиная свое дело, уходят в тень именно из-за того, что не хочет бумажной волокитой.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 .Инфраструктура МСБ Механизм субконтрактации. Малый бизнес может быть полноценным участником системы Гособоронзаказа <http://www.rg.ru/2013/10/22/biznes.html>
- 2 . Малое и среднее предпринимательство в России. 2012: Стат.сб./ Росстат. – М., 2012. – 185 с.
- 3 . Официальный сайт Фонда Общественное мнение (ФОМ). Режим доступа : <http://fom.ru>
- 4 Социальное положение и уровень жизни населения России. 2012: Стат.сб. / Росстат – М., 2012. – 319 с.
- 5 . Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. Режим доступа: <http://www.gks.ru>