

УДК 334.024

А. В. Курдюмов

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: kurdyumov@usue.ru

В. А. Мещерягина

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: shekat@mail.ru

А. А. Зайцев

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: davletbaevaalina6@gmail.com

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, экономика, проблемы развития, кризис.

Малый бизнес – это мечта многих людей, предлагающая независимость, автономию и творчество. К сожалению, в последние 2–3 года наряду с крупным и средним бизнесом, малый бизнес в нашей стране перетерпел немало трудностей на своем пути, начиная с пандемией COVID-19, заканчивая экономическим кризисом в стране и мире. Помимо влияния внешних факторов, есть и много внутренних проблем с которыми часто сталкиваются владельцы малого бизнеса в разный период своей деятельности. Поэтому в этом деле важно быть проворным и адаптироваться к таким внешним и внутренним воздействиям. Сейчас владельцам малого бизнеса, важно рассмотреть наиболее распространенные проблемы в их деятельности, и что наиболее важно, разработать методы их преодоления. Организованный и подготовленный менеджер, который знает о потенциальных проблемах, с гораздо большей вероятностью продуктивно их решит, чем тот, кто о них не знает. По этой причине в данной работе были собраны все актуальные на сегодняшний день внутренние и внешние проблемы малого бизнеса в нашей стране.

A. V. Kurdyumov

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, e-mail: kurdyumov@usue.ru

V. A. Meshcheryagina

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, e-mail: shekat@mail.ru

A. A. Zaitsev

Ural State University of Economics, Yekaterinburg,
e-mail: davletbaevaalina6@gmail.com

TRENDS AND PROBLEMS OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

Keywords: business, small business, entrepreneurship, crisis, economy.

Small business is the dream of many people, offering independence, autonomy and creativity. Unfortunately, in the last 2–3 years, along with large and medium-sized businesses, small businesses in our country have endured many difficulties on their way, starting with the COVID-19 pandemic, ending with the economic crisis in the country and the world. In addition to the influence of external factors, there are also many internal problems that small business owners often face at different periods of their activities. Therefore, in this case it is important to be agile and adapt to such external and internal influences.

Now it is important for small business owners to consider the most common problems in their activities, and most importantly, to develop methods to overcome them. An organized and trained manager who knows about potential problems is much more then to solve them productively than someone who does not know about them. For this reason, this work has collected all the current internal and external problems of small business in our country.

Введение

В сложившейся нестабильной экономической, политической и социальной ситуацией вопросы формирования и развития основ защиты и поддержки

малого бизнеса являются актуальными. С этой целью в настоящей статье авторами рассмотрены современные проблемы, с которыми столкнулись предприниматели.

Изучение состояния малого бизнеса в меняющихся условиях с учетом введения и роста санкционного давления с параллельным эмбарго в настоящее время не изучено в должной степени, а лишь фрагментально сформулированы положения, позволяющие оценить степень их влияния.

Цель исследования заключается в выявлении взаимосвязи и взаимозависимости между воздействием внешними факторами (экономико-политическая ситуация) и внутренними факторами (организационно-экономический показатели), что позволило авторам разработать предложения по нивелированию негативного воздействия на развитие малого бизнеса.

Материалы и методы исследования

Материалами исследования являются официальные данные Федеральной службы государственной статистики РФ, а также мнение респондентов социологического опроса из числа предпринимательского сообщества г. Москвы, г. Екатеринбурга, г. Тюмень.

В качестве инструментов обоснования представляемых в исследовании результатов и выводов авторами применяются такие методы, как обобщение, статистический анализ данных, мониторинг показателей и социологический опрос.

Результаты исследования и их обсуждение

Прежде чем погрузиться в проблематику малого бизнеса, следует определить содержание и сущность понятия «малого бизнеса». В законодательстве Российской Федерации закреплено определение малого бизнеса в следующем виде «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 (далее – ИП), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие ряду условий».

Условия (критерии) ранжируются по показателю численности персонала компании за один календарный год, а также принося-

щему доходу. И в зависимости от среднесписочной численности персонала компании классифицируют: микропредприятия (численность работников от одного до 15 чел.); малые предприятия (численность работников от 16 до 100 чел.); средние предприятия (численность работников от 101 до 250 чел.).

По критерию «доход» компании ранжируются на: микропредприятия имеющие доход до 120 млн руб., малые предприятия от 120 млн до 800 млн руб. и средние предприятия в случае, когда доход составляет более 2 млрд руб.

После того как мы определили границы исследования в настоящей статье малого бизнеса по критериям численности персонала компании за один календарный год и приносящему доходу компании, следует рассмотреть основные внешние факторы, которые негативно влияют на деятельность малого бизнеса в Российской Федерации.

Учитывая тот факт, что наиболее обоснованные выводы можно сделать только, изучив мнение малого бизнеса и рассмотрев их характеристики авторами проведен социологический опрос предпринимательского сообщества г. Москвы, г. Екатеринбурга, г. Тюмень в объеме 1500 респондентов из разных сфер и разных организационно-правовых форм с целью выявления наиболее актуальных внешних факторов, негативно влияющие на их деятельность (рисунок).

По итогам социологического опроса, мнение респондентов из числа предпринимательского сообщества г. Москвы, г. Екатеринбурга, г. Тюмень о влиянии экономической ситуации и проблемах развития малого бизнеса позволили авторам ранжировать по наиболее актуальным внешним факторам, негативно влияющих на их деятельность малого бизнеса, а именно:

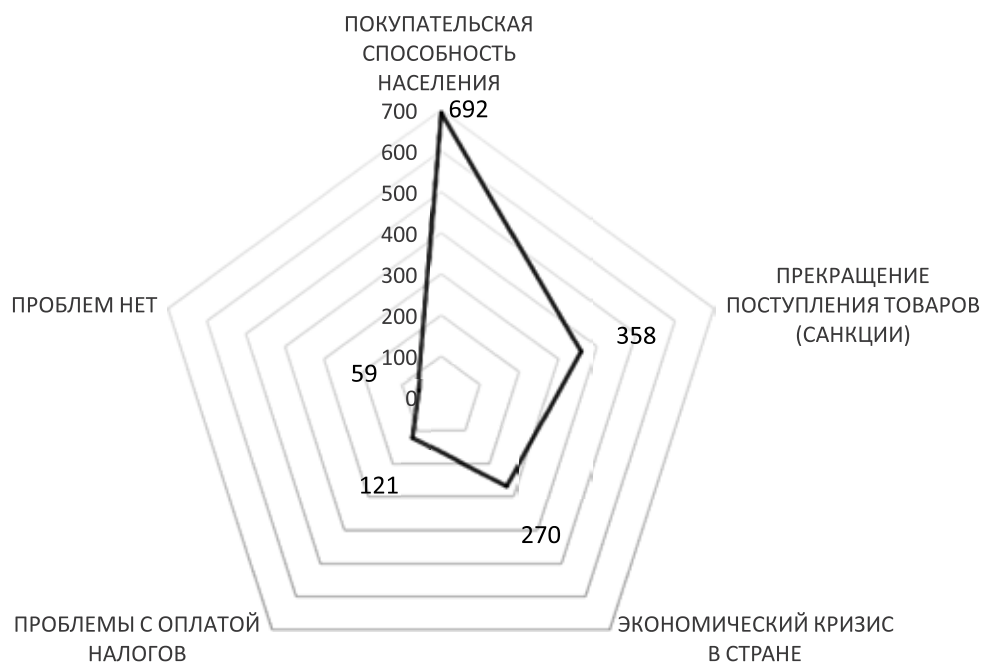
- 46% ответили, что сократилось число клиентов, из-за уменьшения покупательской способности населения;

- 24% ответили, что экономическая и политическая нестабильность сильно повлиял на их бизнес;

- 8% отметили о том, что налоговая задолженность очень сильно бьет по доходу;

- 4% ответили, что из-за недоступности некоторых позиций технического оборудования, которые они стабильно закупали из Европы, сейчас их бизнес идет к банкротству;

- 18% отметили что у них все хорошо, никаких проблем нет.



Распределение ответов на вопрос «Повлияла ли экономическая ситуация в стране на ваш бизнес?» (составлено авторами по данным социологического опроса)

Полученные данные социологического опроса коррелируют с экономическими показателями и свидетельствуют сильную взаимосвязь выявленных проблем с политической нестабильностью в мире в целом и в стране в частности. Учитывая, что повлиять на внешние факторы по объективным причинам невозможно, следует проанализировать и сформировать карту мероприятий, позволяющих компенсировать негативное воздействие внутренних факторов на предпринимательский климат и развитие малого бизнеса.

В связи с этим, авторами учитывая общие экономико-политические тенденции и выявленные проблемы малого бизнеса предложены пути решения ключевых проблем на уровне хозяйствующих субъектов, с которыми сталкиваются предпринимательское сообщество в процессе своей деятельности (отсутствие капитала, финансовое планирование, некомпетентный персонал, неэффективное администрирование, неэффективный тайм-менеджмент, обучение сотрудников, повышение узнаваемости бренда, создание правильного маркетингового плана).

Некомпетентный персонал. Проблемы с качеством рабочей силы, включая набор и удержание сотрудников, является самой актуальной во все времена проблемой владельцев малого бизнеса. В некоторых компаниях, данная проблема стоит выше по рейтингу,

чем нехватка бюджета. В 2022 году эта тенденция сохранилась, и поиск действительно качественных сотрудников является проблемой всех предприятий, от кафе по соседству до крупных заводов в городах [1, с. 12].

Поэтому очень важно не пренебрегать данной проблемой и уделить время поиску персонала, убедиться, что был выбран «правильный сотрудник». Сотрудники сильно влияют на обслуживание клиентов, и ошибки при найме обходятся дорого. Уходящие сотрудники могут снизить производительность компании.

Отсутствие капитала. Второй по величине проблемой, с которой столкнулись малые предприятия в 2022 году, стала нехватка капитала/денежного потока. Ограниченные ресурсы владельца малого бизнеса – правило, а не исключение [6, с. 256]. Капитал и денежный поток являются источником жизненной силы бизнеса, обеспечивая как операционные денежные средства, так и пространство для расширения и инноваций. Их отсутствие представляет непосредственную угрозу для выживания бизнеса.

Многие предприниматели думают о кредитах и других методах финансирования, когда рассматривают свой доступ к капиталу и потребности в денежных потоках. Но кредиты могут быть трудно получить в любом деловом климате.

Нужно разумно управлять денежным потоком для успеха в бизнесе. Это может быть

проблемой для владельцев, но неизвестно, какими будут условия для бизнеса в будущем, поэтому лучше иметь запас наличных денег. Важно пересматривать продуктовую линейку, чтобы сосредоточиться только на том, что наиболее успешно.

Неэффективное администрирование. Бухгалтерский учет, или отслеживание затрат, платежей, покупок и продаж – это важнейшая функция в поддержании денежного потока [4, с. 57]. Без ведения бухгалтерии на должном уровне у бизнеса нет будущего. Владельцы бизнеса должны иметь доступ к информации о федеральных, государственных и местных налогах, а также программах, предоставляющих субсидии [5, с. 23]. Они также должны соблюдать все требования по удержанию налога, в том числе социального обеспечения, компенсации работникам, страхования и так далее. Если компания предлагает вычеты из заработной платы, эти вычеты должны производиться на счетах сотрудников в течение определенного периода времени, иначе к компании могут быть применены санкции.

Проблемы с административными задачами также могут привести (или стать следствием) проблем в других областях, таких как подбор персонала и управление временем. Самым простым решением может быть аутсорсинг одной или обеих функций, в зависимости от потребностей. Одним из вариантов является найм персонала для ведения бухгалтерского учета или расчета заработной платы.

Менее трудоемким и менее дорогим вариантом является использование широко доступных решений. Для бухгалтерского учета, существует множество сервисов, которые относительно недорого масштабируют свои услуги в соответствии с вашими потребностями. Они обеспечивают бухгалтерский учет, управление расходами, ежемесячную сверку, финансовые отчеты и многое другое. Многие службы расчета заработной платы будут делать то же самое, предоставляя обработку заработной платы, услуги по удержанию, способы оплаты для сотрудников (например, прямой депозит и вырезание чеков) и многое другое.

Неэффективный тайм-менеджмент. Ведение бизнеса требует множества наборов знаний и действий во всех областях бизнеса, и ресурсом для всего этого является время. Добавьте в эту смесь прерывистую природу деловой жизни – телефонные звонки,

электронные письма и конференции, встречи с партнерами, и т. д. Неудивительно, что время является одним из самых важных товаров для бизнеса [7, с. 72].

Каждому руководителю важно правильно распределять свое время и время своего персонала, чтобы за минимум времени достичь максимум цели. Конечно это все с первого взгляда лежит на поверхности, но на деле очень трудно правильно и эффективно распределить время. Сегодня есть большой ассортимент приложений, стратегий, планов по эффективному тайм-менеджменту, и любой предприниматель может запланировать свое время руководствуясь уже готовыми формулами, главное следовать им.

Обучение сотрудников – еще одна распространенная проблема малого бизнеса. Одно исследование показало, что, хотя более 90% владельцев малого бизнеса видят ценность в обучении и инвестировании в сотрудников, на самом деле так считают менее половины [2, с. 94]. Из-за ограниченного времени для обучения и меньшего количества формальных политик часто может показаться, что бизнес летит мимо своих «штанов», когда дело доходит до адаптации нового сотрудника и обеспечения того, чтобы каждый сотрудник работал в соответствии со стандартами.

Лучший способ решить эту проблему – создать формальный процесс обучения. Это может включать в себя документирование процессов и политик, график обучения до того, как человек полностью начнет работать в свою смену, и, возможно, поиск обучающей программы, которая может помочь оптимизировать вашу программу обучения.

Повышение узнаваемости бренда. Создание узнаваемого бренда даже в маленьком городе является проблемой для каждого бизнеса. Если клиенты не знают о компании, то как они будут пользоваться их услугами? 70% бренд-менеджеров говорят, что создание аудитории более ценно, чем прямые продажи с точки зрения успеха и поэтому их основной целью проведения маркетинговых кампаний является повышение узнаваемости бренда.

Это связано с тем, что повышение узнаваемости бренда помогает завоевать доверие аудитории, помогает им ассоциировать бренд с продуктами и услугами, а эти факторы в совокупности помогают стимулировать продажи и создавать базу лояльных клиентов.

Небольшому бренду иногда может показаться, что сегодняшние громкие имена

возникли из ниоткуда. Как они стали нарицательным? Как они так быстро выросли? Может ли мой бизнес расти так же?

Конечно, большая часть тяжелой работы, неудач и отказов этих компаний происходила за кулисами, и создавая свою репутацию они прошли долгий и тернистый путь. На их опыте, сегодня есть уже готовые стратегии для распространения информации о бренде и создания отличной репутации. Руководитель должен изучить все эти стратегии и выбрать наиболее эффективный и подходящий для его бизнеса стратегический план.

Создание правильного маркетингового плана – с таким количеством различных маркетинговых каналов, которые необходимо учитывать, и различными вариантами, доступными для ваших клиентов, создание правильного маркетингового плана может стать огромной проблемой [3, с. 98]. С чего начать? Решение данной проблемы лежит в создании правильного маркетингового плана сводится к пониманию ваших маркетинговых целей и задач, знанию вашей аудитории и определению правильных стратегий, которые могут помочь вам добиться успеха.

Финансовое планирование. Больше ресурсов увеличивает возможности, эффективность и качество. К сожалению, доступ ко многим из этих ресурсов обеспечивается

наличием капитала. Нехватка капитала или денежного потока это самая основная проблема малого бизнеса на сегодняшний день.

Кроме того, одобрение кредита для малого бизнеса в крупных банках значительно ниже – 13,5% по состоянию на март 2021 года. Учитывая это, финансовое планирование с ограниченными ресурсами и бюджетом может быть сложным для малого бизнеса.

По этой причине очень важно для малых предприятий разумно использовать бизнес-кредит, сократить расходы где это возможно, и управлять денежными потоками, оставаясь в курсе счетов и бухгалтерии. Бизнес-бухгалтеры и финансовые консультанты должны анализировать финансовое положение и помогать в принятии правильных решений.

Заключение

Для решения поставленной проблемы и нивелирования внешних факторов на ведение и развития малого бизнеса сформулированы внутренние проблемы и предложены пути их решения.

Полученные результаты в рамках социологического опроса предпринимательского сообщества и выработанные рекомендации могут послужить развитием дальнейшего изучения состояния малого бизнеса в меняющихся условиях.

Благодарности: работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 21-510-07003 «Формирование финансово-инвестиционного механизма поддержки субъектов малого предпринимательства в условиях становления молодого государства», 2022 год.

Библиографический список

1. Аббасова О.М. Совершенствование развития предприятий малого бизнеса // Вестник Академии знаний. 2020. № 3 (38). С. 10–14.
2. Бондаренко Е.В. Планирование на малых предприятиях: теория и практика // Экономика: теория и практика. 2020. № 3 (59). С. 93–96.
3. Буров П.Д. Современные методики оценки эффективности деятельности субъектов малого предпринимательства // Финансы и управление. 2020. № 1. С. 91–102.
4. Валеева А.М., Журавская Е.В., Котова О.В., Новикова Н.Ю. Инвестиционная привлекательность Свердловской области // Основы экономики, управления и права. 2021. № 6 (31). С. 56–59.
5. Давлетбаева А.Р., Шеина Е.Г. Государственная поддержка лизинговых компаний как антикризисный источник финансирования в условиях нестабильной внешней среды // Банковское дело. 2022. № 8. С. 20–27.
6. Миронов Д.С., Дубровский В.Ж., Шайбакова Л.Ф. Инновационные сети: барьеры развития и вызовы новой индустриализации / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. Казань: Общество с ограниченной ответственностью «Бук», 2021. 322 с.
7. Ялунина Е.Н., Карх Д.А. Научная основа формирования и развития логистики в Российской Федерации // Московский экономический журнал. 2020. № 12. С. 72.