

УДК 346.26

КРЕЩЕНКО К.А., студент гр. ОУб-191, 4 курс,

Научный руководитель: ДОРОЖКИНА Н.В.

Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА

В первые несколько лет существования небольшие компании сталкиваются с множеством различных проблем. Некоторые из них преодолеть труднее, чем другие; как следствие, по данным Росстата (статистики труда России), около 20 % малых предприятий терпят крах к концу первого же года своей деятельности. К концу пятого года 50 % из них разоряются, а к десятому году это число возрастает до 80 %. Учитывая такие показатели выживаемости, легко понять, почему многие люди с большим трепетом относятся к первым нескольким годам работы в бизнесе.

Есть мнение, что малые предприятия должны использовать, в сущности, те же принципы управления, что и крупные компании, но применять их в меньшем масштабе. В основе этого предположения обычно лежит представление о том, что малые компании во многом похожи на крупные; главным отличием часто считается лишь то, что у малых предприятий более низкие продажи, меньшие активы и людские ресурсы. Однако важно понимать, что сам размер малых предприятий создает особое состояние, которое можно назвать ресурсной бедностью. Именно это состояние отличает такие компании от их более крупных коллег и, как следствие, требует совершенно иных подходов к управлению.

В данном случае нехватка ресурсов возникает из-за различных условий, характерных только для небольших компаний. Малые предприятия, как правило, сосредоточены в конкретных отраслях (оптовой торговле, розничной торговле, торговле услугами и цеховом производстве), в которых высока степень конкуренции. При этом многие конкуренты склонны к снижению цен как способу увеличения доходов, — и неважно, что излишества в этом деле быстро уничтожают прибыль.

Кроме того, зарплата владельца-менеджера в малом бизнесе составляет гораздо большую долю от общей суммы доходов, чем в крупной компании. Часто это значение таково, что на небольшом предприятии остается совсем немного средств для оплаты дополнительных менеджеров или вознаграждения инвесторов. Также малые предприятия обычно не могут позволить себе ни платить за тот вид бухгалтерского учета, в котором они нуждаются, ни должным образом тестировать и обучать новых сотрудников.

При этом на малый бизнес, как правило, оказывают крайне значительное влияние внешние силы. Изменения в правительственные постановлениях, налоговом законодательстве, трудовых и процентных ставках, — всё это

обычно влияет на больший процент расходов больше для малого бизнеса, нежели для крупных корпораций.

Существует ещё несколько видов проблем малого бизнеса, с которыми сталкиваются будущие и нынешние предприниматели.

1. Финансовый менеджмент

Управление финансами малого бизнеса является одной из самых больших проблем для всех его работников (независимо от того, насколько они опытны в других областях бизнеса). Так происходит потому, что в малом предпринимательстве человек обычно является мастером своего дела, но не профессионалом в финансовой деятельности. Не каждый может быть экспертом в области прибыли и денежного потока: как и большинство прочих, эти навыки являются приобретёнными. Не считая наиболее оптимального в этом случае найма бухгалтера или финансового эксперта, для решения этой проблемы можно предложить программы автоматизации, которые могут помочь владельцу малого бизнеса поддерживать порядок в компании.

2. Создание плана на будущее

Люди в малом бизнесе иногда настолько заняты «тушением пожаров» и попытками позаботиться о повседневных задачах, что не всегда выделяют время для планирования. Однако без долгосрочного видения малые предприятия не всегда имеют четкое представление о том, для чего они выполняют свои повседневные задачи. Лучшее, что владелец бизнеса может сделать в таких ситуациях, — использовать технологии и автоматизацию. Это поможет значительно упростить работу и высвободить время, которое можно посвятить размышлениям о будущем.

3. Поиск новых клиентов

Чтобы малый бизнес выжил, необходимо продолжать развиваться и искать новых клиентов. Однако одной из частых проблем малого предпринимательства становится попытка приобрести новый бизнес. К сожалению, не всегда легко найти новых клиентов: затраты на их привлечение, как правило, высоки. Однако в настоящее время появляется всё больше каналов для поиска новых клиентов; вследствие этого проблема сужается до вопросов применения правильных каналов и эффективности при ограниченном бюджете, который всё же необходимо использовать для маркетинга и рекламы.

4. Изменение правил

Конечно, далеко не каждый бизнес напрямую сталкивается с этой проблемой. Однако в некоторых отраслях правила игры часто меняются, что вынуждает малые предприятия приспосабливаться «на лету». Небольшие корректировки и серьёзные повороты не всегда легки для малого бизнеса, который уже привык действовать определенным образом. Однако и в этом случае существуют технологические инструменты, которые могут помочь предпринимателям быть в курсе меняющихся правил и своевременно вносить нужные коррективы.

5. Умение применять данные

Благодаря технологиям, доступным сегодня, малые предприятия имеют больше данных, чем когда-либо. Очевидно, что вместе с этими данными возникают серьёзные бизнес-задачи. Часто проблема состоит в том, что малые предприятия не всегда знают, как в полной мере воспользоваться полученной информацией. Компании должны иметь систему организации и анализа всех имеющихся данных, что поможет упростить и поиск способа их использования.

6. Создание и поддержание хорошей репутации

Сегодня репутация для малого бизнеса, пожалуй, важнее, чем когда-либо прежде. Одна из проблем, с которыми сталкиваются предприятия, — необходимость оставаться на хорошем счету у общественности и поддерживать положительный имидж. Даже небольшие ошибки могут иметь серьезные последствия в том случае, если бизнес не беспокоится о своей репутации. Вот почему каждая задача и каждое взаимодействие должны тщательно контролироваться: это позволит убедиться, что никакие действия бизнеса не могут угрожать имиджу компании.

У владельцев небольших предприятий может быть гораздо больше шансов потерпеть неудачу, если они не будут активно работать над улучшением бизнес-операций. При этом в России в последнее время реализуется немало различных программ по поддержке и развитию малого сектора экономики. Существуют и различные формы поддержки малого бизнеса: финансовая, имущественная, поддержка внешнеэкономической деятельности предприятия, информационное обеспечение и подготовка кадров.

Список литературы:

1. Мухаметлатыпов Р.Ф., Бикбулатов Р.Р. «Современное состояние малого предпринимательства в России»: Молодой ученый - №5, 2013.
2. Красавина С. Анализ развития малого предпринимательства в России // Регионы. 2009. № 6. с. 11.
3. Попов В.М., Ляпунов С.И. Практика малого бизнеса.-М. 2007.с.58-66.
4. Шулятьева Н. А. Малый бизнес в условиях рынка. "Деньги и кредит",2008, N 9, с.22-27.
5. Энциклопедия предпринимательства / Под ред М.С. Серегина. СПб.:Русский север, 2006.