**СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

*Гаученова Ксения Витальевна*

*Студентка 4 курса очного отделения*

*Факультета Корпоративной экономики и предпринимательства*

*Новосибирского государственного университета экономики и управления*

*Научный руководитель:*

*Доктор экономических наук, профессор Камзабаева М.С.*

***Аннотация****: в рамках данного материала рассматриваются возможные стратегии развития предприятий малого бизнеса при условии постоянных изменений, происходящих как во внутренней, так и во внешней среде. В статье описаны как точки зрения на эту проблему, так и уже опубликованные исследователями материалы.*

***Ключевые слова****: стратегия развития компании, малый бизнес, внутренняя среда, внешняя среда, рынок.*

Одним из основных условий современного общества в целом и бизнеса в частности, является постоянное стремление к совершенствованию. При этом представителей общества, непосредственно в процессе его развития, мотивируют такие аспекты как: достижение обозначенных целей; извлечение максимально возможного положительного эффекта из произведенных действий.

Так же, как и в обществе, для развития и роста абсолютно любого бизнеса, необходим всесторонний подход, учитывающий оценку текущего состояния компании. На основе данных о текущем состоянии, как правило, разрабатывается комплексная стратегия роста и развития. Стратегия развития малого бизнеса – это комплекс специальных, долгосрочных и краткосрочных целей, направленных на улучшение показателей работы компании, а также выбор оптимальных путей их достижения.

Стратегическое управление компанией, на сегодняшний день, считается одним из наиболее оптимальных вариантов по следующим причинам:

* постоянные перемены в окружающей компанию среде;
* рост конкуренции на рынке;
* появление новых запросов у покупателей товаров и услуг;
* непрерывное развитие информационных сетей;
* глобализация бизнес-процессов;
* появление новых возможностей, благодаря развитию науки и техники;

Исходя из этого, можно сделать вывод, что управление стратегического типа, предприятием малого бизнеса в условиях непрерывно меняющейся внешней среды с учетом жесткой конкуренции, по сути, гарантирует устойчивое положение компании на рынке.

Без сомнения, развитие малого предпринимательства – это одно из важнейших условий для успешного развития не только отдельных регионов, но и государства в целом.

Именно малое предпринимательство, как правило, способствует развитию инновационных технологий, создает большое количество рабочих мест, а также вносит достаточно ощутимый вклад в ВВП страны. Кроме того, малый бизнес обеспечивает рост и развитие регионов, улучшает благосостояние населения, способствует ускоренной адаптации экономики страны к изменениям внешнего рынка.

В развитых странах, эффект от использования малого бизнеса в виде специфического рыночного инструмента отмечен достаточно давно. Там, где государственная поддержка малого предпринимательства находится на хорошем уровне, малый бизнес сыграл свою положительную роль. Так, согласно статистике, в развитых странах, на предприятия малого бизнеса приходится свыше 50% объемов от всего внутреннего производства товаров и услуг в стране.

К примеру, в Великобритании доля малого бизнеса в производственных процессах промышленного сектора составляет более 50%, точно такой же показатель наблюдается в обрабатывающей промышленности Финляндии, где, помимо этого, малый бизнес берет на себя свыше 10% от всех расходов на НИОКР.

Отличным примеров грамотной стратегии развития малого бизнеса в Европе, можно назвать Германию, где основные производственные мощности базируются не в рамках крупных корпораций, а находятся в руках малых частных компаний, которые разбросаны по всей территории страны [10].

На основе приведенной выше информации, можно заключить, что комплексное развитие предприятий малого бизнеса сыграло достаточно значимую роль в развитии зарубежных государств. В свою очередь, в нашей стране, вклад малого бизнеса в ВВП не превышает 10%. Такое положение обусловлено в первую очередь тем, что в рамках российского рынка в целом и малого предпринимательства в частности, существует множество реальных проблем.

На сегодняшний день, аспекты, мешающие развитию предприятий малого бизнеса в России, можно подразделить на две группы:

* аспекты внешней среды (влияние рынка);
* аспекты внутренней среды (особенности управления и организации рабочих процессе непосредственно внутри предприятия).

Внешняя среда для развития малого бизнеса, как правило, имеет достаточно большое значение:

* как основной источник ресурсов;
* как основной фактор постановки и выполнения целей;
* как конечный потребитель производимых предприятием товаров и услуг.

При этом необходимо отметить, что согласно проведенным исследованиям, внутренняя среда предприятия малого бизнеса, напрямую связана с условиями, которые складываются во внешней среде.

Аспекты внешней среды, так или иначе влияющие на развитие предприятия, принято подразделять на две возможные группы:

* аспекты, которые создают риски и угрозы предприятию;
* аспекты, которые формирую условия для развития.

В задачи руководства, работающего над созданием стратегии развития предприятия, входит выбор таких мер, которые позволят не только эффективно использовать открывающиеся возможности, но и устранят все возможные риски.

Одной из главных особенностей любого малого бизнеса, является то, что малое предприятие, как правило, сильно зависимо от различных колебаний рынка. Это говорит о том, что на работу такого предприятия, достаточно негативно могут повлиять любые неблагополучные перемены, происходящие во внешней среде. В данном контексте, необходимо отметить основную особенность предприятий малого типа – это подчиненная роль в отношениях как с крупными компаниями и финансовыми институтами, так и с государством.

Кроме того, внутренняя среда компании, которая напрямую зависит от размеров предприятия, также может повлиять на рост рисков и неопределенности в работе малого бизнеса.

Внутренняя среда, имеет ряд характерных особенностей:

* кадровая расстановка;
* методология разделения труда;
* способы получения данных;
* маркетинговая политика;
* разделение прав и ответственности.

На сегодняшний день, на экономическое состояние малых компаний, по мнению руководства, неблагоприятно воздействует практически полное отсутствие доступного кредитования, недостаточно проработанная налоговая база и достаточно дорогие технические и материальные средства.

Одной из причин существенного отставания отечественных малых предприятий от зарубежных, является недостаточная эффективность организации рабочих процессов.

Помимо этого, можно выделить еще ряд существенных проблем, которые мешают гармоничному развитию малого бизнеса на территории России:

* проблемы с реализацией продукции;
* завышенная транспортная нагрузка в расходах;
* недостаточное количество актуальной информации;
* некомпетентность чиновничьего аппарата.

 Сегодня, развитие малого предпринимательства в нашей стране сложно назвать позитивным. На предприятиях данного сектора задействовано не более 13% от всего трудоспособного населения страны, а общий товарный вклад таких предприятий во внутренний валовый продукт составляет немногим более 21%. Эти показатели существенно меньше, чем в развитых странах, где малое предпринимательство занимает до 50% рынка.

Основываясь на мировом опыте и исследованиях, которые регулярно проводятся исследователями, можно заключить, что основным средством, обеспечивающим развитие предприятия, сектора экономики, общества и страны в целом, является создание и внедрение собственной конкурентной стратегии [4]. При этом конкурентная способность российской экономики в целом и предприятий малого бизнеса в частности в таком аспекте приобретают особое значение. Обусловлено такое положение неблагоприятными ценовыми условиями для конкуренции с импортными производителями и товарами. На фоне существенного понижения импортных цен и роста первичных издержек у отечественных производителей, конкурентная способность наших товаров в значительной степени ухудшилась в сравнении с периодом до кризиса. Помимо этого, сегодня основной аспект конкуренции сдвигается в сторону от ценовых факторов к неценовым, где потребитель делает выбор в пользу качества товара, а не его цены.

Таким образом, в современных реалиях, руководство малого предприятия обязано брать на себя ответственность за разработку и внедрение стратегических решений. Стратегия предприятия при таком подходе, в условиях современного рынка, должна быть направлена на достижение долгосрочных конкурентных преимуществ. При этом следует отметить, что конкурентное преимущество в данном контексте следует рассматривать как динамическую величину, уделяя при этом достаточное внимание именно процессу разработки конкурентной стратегии, так как именно от нее в итоге будет зависеть рост и успешная деятельность предприятия.

По сути своей, развитие представляет собой необратимый процесс как для государства или общества, так и для конкретного предприятия. Под действием внешней среды и с учетом ее изменений, мы постоянно вносим соответствующие корректировки в собственную деятельность. Успех любого предприятия, в первую очередь, основывается именно на развитии. В свою очередь, процесс развития основывается на потенциальных или существующих возможностях, отрывающихся перед компанией, как во внешней, так и во внутренней среде. Исчерпывающее представление о совокупности возможностей, открывающихся перед малым предприятием, можно получить посредством использования теории управления компанией на основе ее потенциальных возможностей. Имея на руках исчерпывающий список существующих и потенциальных точек для роста и развития, и планомерно повышая эффективность использования собственного потенциала предприятия, субъект малого бизнеса увеличивает и собственные показатели эффективности, обеспечивая, таким образом, долгосрочную конкурентную способность.

**Библиографический список**

1 Костюченко Е.В., Вепрова Р.Н. Малый бизнес как фактор устойчивого развития региона.

2 Издательство "Креативная экономика". Электронный ресурс URL: http://old.creativeconomy.ru

3 Интернет-проект «Корпоративный менеджмент». Библиотека управления. URL: http://www.cfin.ru/press/management/2001-2/vanurihin.shtml

4 Ресурс о малом и среднем бизнесе. Электронный ресурс URL: http://www.pro-biznes.com/ideibiznesa/kakoj-otkryt-biznes-dlya-nachala.html

5 Электронная библиотека MYBRARY. Электронный ресурс URL: http://mybrary.ru

6 Электронный журнал Стратегия и Управление.ru. Электронный ресурс URL: http://www.strategplann.ru/strategic/problems-of-implementing-the-management-strategy.html