

ПЕРСПЕКТИВНЫЙ МАЛЫЙ

НЕБОЛЬШИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В РОССИИ ВСЕГДА БЫЛИ ОЧЕНЬ ЧУВСТВИТЕЛЬНЫ К ИЗМЕНЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЪЮНКТУРЫ, ПОЭТОМУ ВМЕСТЕ С ПАДЕНИЕМ ЭКОНОМИКИ СУЩЕСТВЕННО СНИЖАЮТСЯ ИХ ОБОРОТЫ. КРОМЕ ТОГО, В ТЕКУЩЕМ ГОДУ ОБЪЕМ ГОСПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА (МСБ) В ПЕТЕРБУРГЕ СОКРАТИЛСЯ ПОЧТИ В ДВА РАЗА. НЕСМОТРИ НА ЭТО, ПРЕДПРИЯТИЯ, НЕ ОТЯГОЩЕННЫЕ ЛИШНИМ БАЛЛАСТОМ В ВИДЕ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА АКТИВОВ ИЛИ РАЗДУТОГО ШТАТА, ИМЕЮТ ШАНС НА РЫВОК ВПЕРЕД, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ. ТАТЬЯНА ДЯТЕЛ

Согласно федеральному законодательству, микробизнесом считаются предприятия с выручкой 120 млн рублей за календарный год, малым бизнесом — компании с выручкой 800 млн рублей, для средних предел выручки составляет 2 млрд рублей.

По оценке директора СПб ГБУ «Центр развития и поддержки предпринимательства» Даниила Старковского, с начала текущего года количество действующих малых и средних предприятий в Петербурге выросло — число хозяйствующих единиц, по сравнению с предыдущим годом, составило более 360 тыс., это около 20% от общего количества малых предприятий в России. Из них больше половины занимают микропредприятия (около 67%), 25% приходится на индивидуальное предпринимательство, и только 500 компаний можно отнести к масштабу среднего бизнеса.

«Полагаю, малое количество предприятий среднего бизнеса связано с низкой доступностью персонала требуемой квалификации, финансовых ресурсов, офисных, производственных, складских и торговых помещений, недостаточно развитой энергетической и транспортной инфраструктурой», — отмечает господин Старковский.

За первый квартал 2015 года оборот малых предприятий в Петербурге составил 210,5 млрд рублей, приводит статистику Наталья Литянская, руководитель аналитического центра АО «МСП Банк». Это несколько больше, чем за первый квартал 2014 года (на 4 млрд рублей, или на 2%), однако если исключить влияние инфляции, то получится снижение на 12,4%.

В текущем году структура малого бизнеса в Петербурге заметно изменилась: доля обрабатывающих производств и услуг растет, тогда как доля торговли постепенно сокращается, подчеркивает Даниил Старковский.

Если говорить в целом по России, отмечает госпожа Литянская, то рост выручки в сегменте малого бизнеса в первом квартале зафиксирован только в сельском хозяйстве (+5,1%) и рыболовстве (+11%), а также в сфере здравоохранения и предоставления социальных (+16%) и образовательных (+17,6%) услуг. В то же время упал оборот в розничной и оптовой торговле (–11%), промышленности (–6,1%), строительстве (–5,3%), в сфере транспортных услуг и связи (–4,2%).

ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ МАНЕВРА Многие эксперты сходятся во мнении, что из-за низкого доступа к кредитному финансированию и из-за образования большого количества задолженностей пространство для действий у бизнеса весьма ограничено. При этом при определенных



ПО НАБЛЮДЕНИЯМ ЭКСПЕРТОВ, В СЕКТОРЕ МСБ РАСТЕТ ДОЛЯ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ И УСЛУГ

условиях экономический спад в стране все-таки может способствовать росту сектора МСБ.

«Для этого есть все основания, поскольку таким предприятиям в прямом и переносном смысле нечего терять. Нет капитальных активов, ценных бумаг, инвестиционных потоков, раздутого штата и прочего. Предприниматели ведут бизнес налегке и достаточно остро чувствуют кризисные факторы. Любую негативную динамику приходится отрабатывать фактически в режиме реального времени, чтобы остаться на плаву и не уйти в минус. Помимо этого, активность малых компаний вызвана новыми возможностями, которые открываются в кризис», — полагает сооснователь онлайн-биржи для поиска перевозчиков «Перевези.рф» Владимир Батищев.

В трудные времена в силу закрединности часть компаний среднего и крупного бизнеса вообще уходит с рынка, освобождая ниши для более мобильных игроков, считает управляющий директор «Модульбанка» Яков Новиков. «На самом деле, количество мелких предпринимателей, наоборот, увеличивается в период кризиса: максимальный рост был зафиксирован в начале 1990-х, в 1998-м и в 2008-м, — отмечает он. — Кто-то теряет работу и вынужден заниматься бизнесом, чтобы зарабатывать. Но основная причина в том, что в кризис средние и крупные компании должны решать большое коли-

чество проблем. А малый бизнес более гибкий, он быстрее перестраивается. Представьте: поменять меню и перестроить цены в ресторанном холдинге с десятками поставщиков и точек продаж или сделать то же самое в небольшом кафе».

В период кризиса шансы на развитие имеют компании, которые успели инвестировать в производство до скачка курса иностранной валюты, обновили оборудование или нашли свою нишу на рынке.

В частности, утверждает генеральный директор петербургского предприятия по производству косметики «Ламарис» Марина Писецкая, на волне кризиса могут подняться компании, задействующие российские ресурсы и сырье.

«Предлагая конкурентоспособные цены на товары, такие компании укрепляют позиции и выходят в новые сегменты рынка. В таких организациях происходит увеличение прибыли в низкой конкурентной среде. Например, есть перспективы развития в области отечественной косметологии», — считает госпожа Писецкая, добавляя, что именно такая технология помогла ее предприятию увеличить объемы продаж и выйти в текущем году в новые регионы.

ГАРАНТИЙНЫЙ ПРИКОРМ Тем не менее активно наращивать обороты на рынке без привлечения финансирования со стороны не может практически ни одна

компания: бизнес-модель компаний малого и среднего бизнеса построена на монетизации коммерческой идеи при наличии высокого уровня операционной эффективности. Текущая ситуация в стране в первую очередь негативно сказывается на способности малого и среднего бизнеса генерировать денежные средства в процессе взаимодействия как с крупным бизнесом, так и с физическими лицами. Немаловажным фактором является и экономическая неопределенность в отношении девальвации рубля, что негативно сказывается на потреблении в сфере услуг, комментирует руководитель направления «Финансы» Русской школы управления Оксана Езерская.

«Как следствие, малый и средний бизнес активно участвуют в тендерах, проводимых крупным бизнесом, который и формирует часть спроса на товары, продукцию и услуги предприятий малого и среднего бизнеса. Однако существующая практика расчета не предполагает авансовых платежей. В этой ситуации МСБ вынужден искать внешнее финансирование сделок, что в текущей ситуации осложнено высокой стоимостью процентов по краткосрочным кредитам, займам и ужесточением условий предоставления кредитования со стороны банковского сектора», — уверена госпожа Езерская. Она добавляет, что это негативно сказывается на импортерах и производителях, исполь-