

**МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В  
КРАСНОЯРСКЕ**

**А.Р. Прибыткова**

**научный руководитель ст. преподаватель О.С. Веремеенко  
Торгово-экономический институт СФУ**

Малый и средний бизнес является основным двигателем экономики в развитых странах. Казалось бы, что в регионе с таким отраслевым уклоном как Красноярский край довольно сложное развитие этой сферы. Так как в крае металлургия, ресурсозависимая экономика. Но Красноярский край демонстрирует довольно неплохие показатели по развитию малого и среднего предпринимательства. Программа, которая действует три последних года, показала свою эффективность и многие из ранее применяемых методов поддержки будут продолжены и в будущем [1].

В Красноярском крае удалось создать эффективную систему поддержки малого и среднего бизнеса. Инфраструктура поддержки позволяет развивать различные направления бизнеса — уникальные научные разработки, инновации, традиционные виды предпринимательства — торговлю, производство, поддерживать микробизнес и т.д.

Красноярский край до сих пор остается одним из лидеров в Сибирском Федеральном округе по уровню развития этой сферы.

Малое и среднее предпринимательство, являясь одной из самых эффективных форм организации производственной и непроизводственной деятельности, оказывает существенное влияние на экономическое развитие города Красноярска - это насыщение потребительского рынка качественными товарами и услугами местного производства, решение проблем повышения уровня жизни и вопросов занятости населения путем создания новых рабочих мест, увеличение налоговых поступлений в бюджет города. Именно малые и средние предприятия способны генерировать наиболее эффективные инновационные проекты, быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, занимать невостребованные крупными предприятиями ниши. Предпринимательство относится к числу приоритетных секторов экономики, имеющих принципиальное значение для экономической и политической стабильности, социальной мобильности общества, и выступает основным инструментом для создания цивилизованной конкурентной среды [1].

По состоянию на 01.01.2014 в городе Красноярске насчитывалось 26997 малых предприятий (103,8% к 2011 году), 160 средних предприятий (101,9% к 2011 году) и 34781 индивидуальный предприниматель без образования юридического лица (101,2% к 2011 году) [3].

Среднесписочная численность работающих на малых предприятиях (с учетом микропредприятий) в 2013 году составила 136942 человека, на средних предприятиях - 15399 человек. Среднесписочная численность работников у индивидуальных предпринимателей составила 61087 человек. Общее количество занятых в малом и среднем предпринимательстве составило 213428 человек (101,2% к 2011 году).

Размер среднемесячной заработной платы работников списочного состава организаций малого бизнеса за 2013 год составил 19157,6 рубля (104,9% к 2011 году), работников средних предприятий - 21697,1 рубля (95,1% к 2011 году), работников индивидуальных предпринимателей - 8664,8 рубля (106,0% к 2011 году).

Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг организациями малого и среднего бизнеса в 2013 году составила 314303,4 млн. рублей (103,6% к 2011 году).

Инвестиции малых предприятий в основной капитал в 2013 году составили 7101,0 млн. рублей (101,4% к 2011 году), средних предприятий - 4279,5 млн. рублей (95,3% к

2011 году).

За последние годы наблюдается рост налоговых поступлений в бюджет города от деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, перешедших на специальные налоговые режимы (упрощенная система налогообложения, система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности и единый сельскохозяйственный налог).

В целом показатели деятельности предприятий малого и среднего бизнеса за период 2010 - 2013 годов демонстрируют положительную динамику развития.

Однако, несмотря на положительную динамику развития предпринимательства, анализ состояния малого и среднего предпринимательства в городе обозначил основные проблемы, сдерживающие развитие малого и среднего бизнеса, а именно:

- нехватка собственных оборотных средств;
- ограниченный доступ к кредитным ресурсам (в основном из-за недостаточности ликвидного, имущественного обеспечения);
- постоянный рост цен на энергоносители и сырье;
- нехватка нежилых помещений;
- усиливающаяся конкуренция со стороны крупных и сетевых компаний федерального уровня;
- низкий уровень предпринимательской культуры населения и квалификации кадров, занятых на малых и средних предприятиях, сложность в подборе необходимых кадров;
- невысокий уровень осведомленности о существующих формах муниципальной поддержки малого и среднего предпринимательства.

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года опорными направлениями являются:

- создание высококонкурентной институциональной среды, стимулирующей предпринимательскую активность и привлечение капитала в экономику в целях поддержки образования новых предприятий и новых видов бизнеса, основывающихся на инновациях, стимулирование развития малого бизнеса;
- переход к новой модели пространственного развития российской экономики за счет формирования новых центров социально-экономического развития, опирающихся на развитие энергетической и транспортной инфраструктуры, и создание сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий.

Для развития заданных приоритетов Концепцией, направления развития малого бизнеса в Красноярске следующие:

- развитие производственной сферы с помощью модернизации производства;
- содействие строительству, реконструкции, модернизации промышленных площадок для предпринимателей;
- создание целостной системы поддержки ключевых отраслей через специализированные консультации, рекомендации, поручительства;
- формирование конкурентной среды путем поддержки партнеров и инвесторов с опорой на семнадцать идентифицированных существующих кластеров, а также развитие нового кластера-нефтесервиса и нефтеподготовки;
- поддержка социально значимых видов деятельности.

Существующая программа развития малого бизнеса в Красноярске позволила поддержать почти две тысячи предприятий малого и среднего бизнеса. При этом было создано около четырех тысяч новых рабочих мест.

Поддержка оказывается не только собственными деньгами. Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса на сегодня выдало более полутора тысяч займов и около 500 поручительств. В то же время среди

предпринимателей велик спрос и на поддержку по консультированию. Обучение и повышение квалификации по прежнему остается одним из самых востребованных видов поддержки в крае.

Новые возможности открывает для предпринимателей долгосрочная городская целевая программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городе Красноярске» на 2012-2014 годы» (далее – Программа). На реализацию Программы на 2014 год предусмотрено 60,4 млн. рублей [4].

Мероприятиями программы предусмотрено оказание финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в виде предоставления субсидий на общую сумму более 34 млн. рублей на возмещение следующих расходов:

- по уплате части процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях и затрат по уплате части лизинговых платежей по договорам лизинга имущества;
- по разработке бизнес-планов;
- по продвижению продукции собственного производства, работ, услуг на российский рынок, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях;
- по предоставлению социальных услуг без обеспечения проживания по дневному уходу за детьми;
- по уплате первого взноса (аванса) при заключении договоров лизинга оборудования;
- по реализации инновационных проектов, в том числе направленных на коммерциализацию инновационных разработок (технологий, продуктов, услуг).

На данный момент вклад малых и средних предприятий в экономику региона составляет всего 5 %, но ведь программа развития этого сектора решает не только экономическую задачу, но и социальную. Для многих территорий создание своего маленького предприятия, торговой точки является важным источником дохода. Маркетинговые технологии являются инструментом для развития малого бизнеса, но у предприятий не достаточно средств для их применения, а в программу развития не включается такой аспект, как выделение денежных средств на маркетинг. Поэтому приходится прибегать к таким методом как вирусный и партизанский маркетинг.

#### **Библиографический список**

1. Грушина Т.Д. Малый бизнес в Красноярске / Т.Д. Грушина //Красноярский рабочий, 2014. – 30 марта
2. Захаров М. Малый вперед / М.Захаров [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://newslab.ru/article/555926>
3. [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.krasstat.gks.ru>
4. [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.admkrsk.ru>