

**ФИНАНСОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА
НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЕГО ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА**

Пархомчик Мария Андреевна, аспирант

Белорусский государственный университет

Parhomschik M.A., Belarusian State University, Par_hik.m.a@yandex.ru

Аннотация. В статье проведён анализ финансовых особенностей малого бизнеса в Республике Беларусь на современном этапе, определены источники его поддержки и финансирования.

Ключевые слова: экономика РБ, субъекты малого и среднего предпринимательства, государственная поддержка, налоговые ставки, финансовые гарантии, финансирование, кредитование.

В настоящее время малое предпринимательство во многих странах является одним из важнейших секторов экономики. Малое предпринимательство не только существенная составляющая и массовая субъектная база цивилизованного рыночного хозяйства, неотъемлемый элемент присущего ему конкурентного механизма, но и максимально гибкая, эффективная и прозрачная в силу своих размеров форма хозяйствования [1].

По сравнению с развитыми странами роль малого и среднего бизнеса в экономике РБ не столь значима, но из года в год в последнее время он укрепляет свои позиции. Понимая это, правительство РБ в последние годы предпринимает широкие шаги для стимулирования МСП в РБ, включая упрощение процедуры регистрации бизнеса, снижение налоговых ставок и предоставления финансовых гарантий для предпринимателей. Каждый желающий может начать свой бизнес по заявительному принципу. При этом государство оказывает помощь в открытии своего дела либо его расширении [2].

Здесь особо нужно отметить, что жизненный цикл малого бизнеса - это жизненный цикл товара, составляющего предмет деятельности предприятия. Это незатейливое определение относится к предприятиям, специально создаваемым под какие-либо новые для рынка продукты или услуги, но оно хорошо ложится и на реалии уже достаточно давно работающих предприятий, решающихся на инновационную деятельность [3].

Можно выделить четыре основных этапа жизненного цикла малого предприятия:

I этап – научные исследования, разработка технологии и создание коммерческой схемы товара - это (*в экономическом, конечно, а не в юридическом смысле*) перинатальный период предприятия;

II этап – начало производства товара и выход его на рынок - это детство предприятия, делающего первые шаги;

III этап – коммерческий успех товара - зрелость предприятия;

IV этап – деградация рынка товара - жизненный закат предприятия.

Давайте детально рассмотрим вышеперечисленные этапы.

I этап – научные исследования, разработка технологии и создание коммерческой схемы товара – это перинатальный период предприятия. В этот период выручка практически нулевая, а денежные потоки предприятия -отрицательные, велики и неопределенность, и риск. Производство и ком-мерциализация товара потребуют значительных инвестиций в достаточно длительном временном интервале.

Практика показывает, что до 70% предприятий погибают в этом периоде. Руководитель вряд ли может рассчитывать на банковский кредит. Чаще всего используются собственные средства владельца, его семьи и близких друзей, иногда спонсоров [4].

II этап - начало производства товара и выход его на рынок – это детство предприятия, делающего первые шаги. Для многих предприятий этот период может закончиться крахом, если привлеченных средств окажется недостаточно, чтобы покрыть хотя бы базовые расходы (*приобретение оборудования, обустройства и т.д.*). Если все же начаты производство и реализация, то пока еще возрастают только расходы, но не доходы. Денежные потоки глубоко отрицательны. Не выдерживают 30-50% предприятий, переживших I этап. Главные задачи этого этапа: экономно и разумно управлять оборотными средствами, постараться получить внешнее финансирование, хотя это и трудно, т.к. риск по-прежнему велик [5].

На первых двух этапах для малых предприятий наиболее трудно решается дилемма либо рентабельность, либо ликвидность. Как правило, высокие темпы наращивания оборота влекут за собой повышенные ликвидные потребности. Достичь динамичного развития наличия достаточного уровня денежных средств и высокой платежеспособности трудно, но возможно. Для этого необходимо определить посильные для предприятия темпы прироста оборота. Возможны следующие варианты:

- Наращивание оборота за счет самофинансирования.

Если вся чистая прибыль остаётся нераспределённой, и структура пассивов меняется в пользу источников собственных средств, то темп прироста объёма продаж и выручки ограничен уровнем рентабельности активов. Например, если рентабельность активов равна 30%, то, как раз на эти 30% увеличиваются и актив, и пассив, а это даст те же 30% прироста выручки без прорехи в бюджете.

Если выплачиваются дивиденды, то темп прироста рассчитывается по следующей формуле:

$$\Delta T = \frac{\text{НП}}{\text{А}} * 100\%$$

где НП – нераспределенная прибыль;

А – актив.

- Нарастивание оборота за счёт сочетания самофинансирования с заёмными средствами.

При неизменной структуре пассивов приемлемым признаётся такой темп прироста оборота, который совпадает с процентом прироста собственных средств, причём на этот же % увеличиваются и заёмные средства.

Если конкретный темп прироста оборота превышает возможный темп прироста собственных средств, то приходится привлекать дополнительное внешнее финансирование (*метод % от продаж*).

III этап - коммерческий успех товара - зрелость предприятия. Улучшается финансово - хозяйственное положение, денежные потоки должны стать положительными, хотя темпы прироста оборота несколько снижаются по сравнению с этапом II.

Новые задачи:

- делать рекламу;
- совершать техническую доводку товара по результатам реакции рынка.

Это требует средств. Но уже состоявшемуся предприятию легче получить внешнее финансирование (*например, банковский кредит*). Некоторые предприятия могут преобразовываться в акционерное общество и, мобилизовать средства на выпуск акций.

IV этап - деградация рынка товара - жизненный закат предприятия. Этот этап желательно избежать. Опыт показывает, что выигрывает тот, кто заранее выделяет денежные средства на разработку и внедрение новых товаров, сознательно идя на некоторое снижение финансовых результатов предыдущего этапа. Иначе придётся начинать всё сначала.

Свидетельство авторитетного ученого Дж. К. Ван Хорна о «малых компаниях с ориентацией на расширение»: «Новое предприятие в растущем секторе экономики по своей сути отличается от компании в традиционной сфере бизнеса, которая всегда останется маленькой. Фирма, работающая в областях высоких технологий - электронике, компьютерной технике, системах информации - может разрастись, начав с малого».

Задача малой фирмы с ориентацией на расширение - осуществлять его наиболее эффективным способом. Компании подобного рода сталкиваются с необходимостью принятия стратегических решений в самых различных областях: маркетинг, новые товары, производство и множество других, в числе которых проблема финансирования - одна из самых важных.

В большей части малых фирм с ориентацией на расширение, специализирующихся в области высоких технологий, прирост активов обгоняет рост нераспределенной прибыли. Хотя эти компании обычно не выплачивают дивиденды, средства, помещенные в дебиторскую задолженность, запасы, основные фонды, в процентном выражении обычно больше, чем размер нераспределенной прибыли. Иногда проблема становится менее острой, если осуществлять аренду зда-

ний и оборудования, а также более интенсивно использовать рабочую силу, а не капитал. Но даже с учётом этих мер дебиторская задолженность и запасы продолжают расти.

Если рост активов превышает рост нераспределенной прибыли, задолженность должна покрывать эту разницу. Эта задолженность может принимать форму банковского кредита или увеличения степени использования кредиторской задолженности по расчетам. Поскольку фирма небольшая, даже пусть и растущая, открытая эмиссия обыкновенных облигаций не рассматривается, т. е. фирма ограничена в выборе источников финансирования.

Несбалансированный рост, увеличение долговых показателей в конце концов порождают вопросы у кредиторов, поэтому становится необходимо или увеличить собственный капитал, или ограничить темпы роста фирмы. Собственный капитал зачастую предоставляют собственники венчурного капитала.

Таким образом, малой фирме, специализирующейся в области высоких технологий, приходится заниматься следующими вопросами: персонал, маркетинг, производство и финансирование, последний из которых, является ключевым по отношению ко всем остальным [6].

Очевидно, создавать компанию на базе небольшого капитала опростетливо. Зачастую проблема заключается в использовании краткосрочного финансирования: банковских ссуд и кредиторской задолженности, запасов и основных средств. Но, в конце концов, приходит день расплаты и гораздо лучше сформулировать проблему сбалансированного финансового роста раньше, чем, когда будет поздно.

Рисков, сопряженных с основанием и ведением ориентированной на расширение компании высоких технологий, великое множество. Здесь права на ошибку почти не может быть. Собственный капитал просто не дает соответствующего буфера. Поэтому, если начинаются сложности, компания обычно не в состоянии их преодолеть. Хотя одним из путей выживания может быть простое ограничение роста, но лишь у немногих предпринимателей хватает на это выдержки. Зачастую, когда кредиторы предлагают данный вариант, уже слишком поздно. Отсюда и большое число банкротств малых, а не крупных фирм.

Исходя и всего материала, перечисленного выше, следует, что в финансовом менеджменте малых и средних предприятий имеются свои особенности, заключающиеся в следующем:

1. На предприятиях малого и среднего бизнеса функции финансового менеджера выполняет, как правило, гл. бухгалтер совместно с руководителем организации. Для их выполнения достаточно квалификации бухгалтера или экономиста, так как финансовые операции не выходят за рамки обычных безналичных расчетов, основой которых является денежный оборот.

2. С точки зрения финансового менеджмента, предприятия малого бизнеса можно разделить на две категории: предприятия малого бизнеса входящие в структуру объединений (*холдинги, консорциумы и т. д.*) и предприятия малого бизнеса, находящиеся в конкурентных условиях. Это также накладывает отпечаток на организацию управления финансовыми ресурсами предприятия.

3. Способы организации структуры управления финансами малого бизнеса специфичны. Среди них можно выделить следующие: совмещение должностей; передача финансового управления в специализированную организацию, так называемый аутсорсинг.

4. Анализ финансового положения малых и средних предприятий, осуществляемый на основе данных бухгалтерской отчетности, позволяет отследить тенденции ее развития, дать комплексную оценку хозяйственной, коммерческой деятельности. Он служит связующим звеном между выработкой управленческих решений и собственно производственно-предпринимательской деятельностью фирмы.

Список использованных источников

1. Отраслевые финансы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Т.Н. Лобан, М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич. – Пинск : Полесский государственный университет, 2018. – 67 с. – EDN: HJQCIV.

2. Потапова Н.В., Четырбок Н.П. Роль малого бизнеса в экономике Республики Беларусь / Н.В. Потапова, Н.П. Четырбок // Современные аспекты экономики. 2021. № 4 (284). С. 23-29.

3. Панюсько А.С., Киевич А.В. Совершенствование подходов к обоснованию диверсификации хозяйственной деятельности предприятия / А.С. Панюсько, А.В. Киевич // Экономика и банки: научно-практический журнал ПолесГУ. – 2021. – № 2. – С. 70-79.

3. Галкина М.Н., Киевич А.В. Проблемы обеспечения информационной и экономической безопасности государства / М.Н. Галкина, А.В. Киевич // Экономика и банки. 2021. № 1. С. 65-76.

4. Киевич А.В. Социальная сфера как драйвер экономического роста / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. 2017. № 12 (244). С. 93-98.

5. Ливенский В.М., Лисовский М.И., Янковский И.А. Тенденции развития сетевых форм организации цифровой экономики в РБ / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский, И.А. Янковский // Современные аспекты экономики. 2021. № 3 (283). С. 26-32.