

Поддержка предпринимательства в Свердловской области включает в себя многие мероприятия, в том числе по реализации инструментов финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства и позволяет предпринимателям: получить кредит в банке, не имея достаточного обеспечения, отложить уплату процентов по кредиту, получить кредит по ставке рефинансирования, привлечь инвестиции на инновационный проект, сократить накладные расходы на этапе становления бизнеса, сократить затраты на продвижении товаров и услуг, возместить затраты на уплату авансового платежа по договорам лизинга основных средств.

Однако, многие предприниматели не пользуются данными возможностями только лишь потому, что не слышали о них. В связи с этим, необходимо более широко информировать предпринимателей о различных механизмах поддержки. Помимо этой проблемы следует выделить увеличение налоговой нагрузки на малые предприятия с 2011 года и трудности у малых предприятий с получением банковских кредитов.

Поэтому, несмотря на то, что в России система поддержки малого предпринимательства активно развивается, она еще далека от совершенства, и есть к чему стремиться. Доля малого бизнеса в ВВП Российской Федерации составляет лишь 15%, тогда как в странах Евросоюза достигает 70%. Для того, чтобы использовать потенциал малого предпринимательства для решения стратегических задач социально-экономических преобразований, в России должны быть созданы соответствующие условия для этого сектора экономики. Эти условия должны обеспечивать устойчивый рост и структурное совершенствование малого предпринимательства, повышение его эффективности, конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

К.В. Приходько, Е.В. Сугак

Сибирский федеральный университет

ИНТЕРНЕТ – МАГАЗИНЫ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ

В России активное развитие Internet-технологии получили после указа президента Медведева Д.А., в котором говорится о необходимости развития информационных технологий, а также Internet на всей территории страны.

Internet, для предприятий и простого гражданина стал более доступен. Компании, поставщики Internet, предлагают множество всевозможных тарифов подключения с высокими и низкими скоростями, ограниченным или безлимитным трафиком, при этом цена на подключение доступна каждому.

Активное развитие Internet повлекло за собой развитие и интернет – магазинов.

Что же такое интернет – магазин? Интернет магазин – это реализованное в сети Интернет представительство путем создания Web-сервера для продажи товаров и услуг другим пользователям сети Интернет. К нему полностью подходит определение виртуального предприятия. Иначе говоря, интернет магазин — это сообщество территориально разобщенных сотрудников магазина (продавцов, кассиров) и покупателей, которые могут общаться и обмениваться информацией через электронные средства связи при полном (или минимальном) отсутствии личного прямого контакта.

У виртуального магазина есть целый ряд преимуществ. Главные из них очень важны для предпринимателей – это возможность экономить на аренде помещения и фонде заработной платы. Однако до сих пор торговцам мешала слабо развитая в России система электронных платежей, а также пристрастие потребителей к традиционному виду продаж.

Преимущества виртуального магазина перед реальным очевидны. Уменьшается численность персонала за счет сокращения объема взаимодействия с клиентами, аренда дискового пространства и размещение "электронной витрины" дешевле и проще аренды торговых помещений и размещения товаров на полках, нет нужды в кассовом обслуживании и т.д. Так же виртуальный магазин можно использовать как эффективный способ маркетингового исследования, тем более что сегодня эта услуга довольно дорога в маркетинговых агентствах. Любой пользователь сети Интернет может быстро заполнить анкету, предлагаемую ему магазином через компьютер. Это позволяет без особых затрат изучить потребности и вкусы потенциальных покупателей и учесть результаты маркетингового обследования в своей работе.

А в чем проигрывает интернет-магазин? В необходимости иметь хорошие каналы связи и аппаратно-программное обеспечение, да и доля доставки в себестоимости существенно возрастает. Проигрывает и на "синдроме недоверия", поскольку в Интернет-торговле покупатель менее защищен от недобросовестного продавца, да и постоянно присутствующий в Интернете хакерский фактор существенно повышает риск сделки.