**Cодержание:**

**Введение.**

1. **Особая роль малого бизнеса в экономике России.**

**1.1. Характерные особенности малых предприятий.**

1.2. Социальная значимость малого предпринимательства.

**2. Мобилизация финансовых ресурсов в малый бизнес**

**2.1.Особенности финансирования малого бизнеса.**

2.3. Лизинг как форма кредитования малого бизнеса

3. Проблемы развития малого бизнеса в России

**Заключение.**

Список литературы.

**Введение.**

***Малый бизнес России — вопрос не мелкий.***

***Нельзя давать “малышей” в обиду.***

***Из выступления Президента России В. В. Путина на***

***Всероссийской конференции представителей малого бизнеса***

“Скорее живой, чем мертвый” - эта известная пого­ворка вполне применима к современному положению мало­го бизнеса в нашей стране.

Россия переживает тяжелейшие времена. Но не пере­велись те, кто готов, засучив рукава, взяться за тяжелей­шую работу по возрождению России. Для успеха им нужны не туманные рассуждения, а простые ответы на простые вопросы: откуда возьмутся рабочие места для всех сильных и энергичных? И не просто рабочие места, а в срок и хоро­шо оплачиваемые. Как избавить десятки миллионов слабых от нищеты и унижения? Как обеспечить граждан нормаль­ным жильем? Как задавить казнокрадство и организован­ную преступность?

Во многих развитых странах это самая активная часть населения, которая, делая свой бизнес аккуратно, пополня­ет государственную казну. А у нас при слове “предпринима­тель” возникает одна ассоциация - навьюченные тюками “челноки”. А лозунг “Поддержим российского производите­ля” к ним абсолютно не относится. Эти ребята в основном поддерживают турецкого и китайского производителей, а все потому, что выгодно и им, и иностранцам. Да и налоги в этих странах божеские, точнее, в пять раз ниже наших. Что же, мы настолько отсталая страна, чтобы пополнять замор­скую казну? Пока так и получается, все оттого, что законно делать свой бизнес в России невыгодно. На данный мо­мент наши предприниматели тянут на себе четыре десятка налогов.

Прежняя государственная экономическая политика фак­тически уничтожила один из важнейших секторов рыночной экономики - малое и среднее предпринимательство.

Если бы только налоги... Как быть с государственным “рэкетом”, который мешает развитию бизнеса? В *сравни­тельно благополучной Москве на открытие, например, химчистки, требуется до 600 дней!* Зарегистрировались? Но и после этого около 40 чиновничьих структур могут вас про­верить и приостановить, оштрафовать, закрыть. Абсурд? Значит, нужен новый закон - “О свободе предпринима­тельства”.

Как утверждают многие предприниматели, есть целые регионы, где для начала дела надо идти к преступному “ав­торитету” и только потом к губернатору. При этом чисто криминальные отрасли (торговля оружием, наркотиками) развиты в России не более чем в других странах. Значит, у нашей организованной преступности должны быть другие источники. И они видны невооруженным глазом - это мощнейшая те­невая экономика. Закрытые опросы в одном из районов То­льятти выявили 98% теневого оборота! Откуда взялся такой громадный теневой оборот в России? Может, опять мента­литет мешает? Но почему те же россияне, став западными бизнесменами, чтят закон?

На старте реформ в 1992-1993 гг., когда нашим пред­принимателям установили рекордные налоги в 50% от вало­вого внутреннего продукта (ВВП), они даже попытались их платить. Но вскоре многие сообразили - и либо ушли, либо начали наращивать теневой оборот, доведя его постепенно от 30 до 50% и даже до 90%. Однако природа не терпит пустоты. Налоги с теневого оборота и есть мощнейшая фи­нансовая база криминального мира. И в теории, и на прак­тике эта проблема не может быть решена без кардинально­го сокращения налогового бремени. Большинство предпри­нимателей готовы выйти из тени - головная боль и внут­ренние издержки от тройной бухгалтерии им надоели.

Именно поэтому возникло общероссийское обществен­ное политическое движение “Развитие предприниматель­ства”, участники которого в составе новой Думы заплани­ровали ряд законопроектов. К действующим федеральным законам, возможно, добавятся следующие : “О третейских судах в Российской Федерации”, “О специальных режимах налогообложения субъектов малого предпринимательства”, “О франчайзинге”, “Об оценке земель” и др. Это необходи­мые правовые акты. Если они будут приняты, тогда-то рос­сийский производитель развернется! Предпринимателям крайне необходима поддержка в Государственной Думе.

Президент также обещает не давать “малышей” в оби­ду. Именно так заявил В. В. Путин, приняв участие во Все­российской конференции представителей малых предприя­тий в марте 2000 г. Тем самым он дал понять, что бизнес России - вопрос для него отнюдь не мелкий: ведь сегодня таких предприятий в стране 890 тысяч, а трудятся там бо­лее 7,5 млн россиян.

“Невозможно защититься как от бандитского рэкета, так и чиновничьего произвола”, “опасно давит на них фис­кальный пресс, бюрократические сложности”, - констати­ровал В. В. Путин. И перечислил целый ряд контрмер. Это и создание более эффективной судебной системы, для чего будет увеличено на 2 тысячи число арбитражных судей; и стимулирование банков к выдаче кредитов тем, кто хочет открыть свое дело; и передача малым фирмам бесхозных помещений, военного имущества; и щадящий режим на стар­те. Чтобы исключить чудовищный произвол чиновников, про­веряющих малые предприятия, В. В. Путин предложил со­здать специальное министерство контроля. Хотя сегодня недостатка в контролирующих организациях нет - работал бы закон.

По словам В. В. Путина, в 2001 г. на нужды малого и среднего бизнеса будет выделено не менее 10% бюджета и оказана всемерная поддержка предпринимательству1.

В очередной раз защитить интересы малого бизнеса ре­шили и московские городские власти, которые являются инициаторами многих прогрессивных идей в этой области. Плановые проверки деятельности малых предприятий, рас­положенных на территории первопрестольной, теперь бу­дут проводиться в два раза реже.

До недавнего времени подобные инспекции малых пред­приятий, в которых участвовали все уполномоченные орга­ны надзора и контроля - санэпидемстанция, пожарная ох­рана и др., - могли осуществляться два раза в год, а фак­тически значительно чаще. Теперь эта периодичность комплексных проверок оставлена только для фирм, чьи услуги или продукция напрямую связаны с жизнью и здоровьем москвичей, например, предприятия общепита, медицинские центры, частные производители продуктов питания и т. д. Остальные же малые предприятия Москвы будут подвер­гаться плановому контролю лишь один раз в год. При этом так называемые проверки “по сигналу” по-прежнему ста­нут проводить сразу по получении информации о некаче­ственной деятельности или продукции той или иной фирмы.

Примечательно, что штрафы, накладываемые при об­наруженных нарушениях на столичных предпринимателей, отныне будут перечисляться не на счета контролирующих органов, как это было раньше, а непосредственно в город­скую казну.

Все вышеперечисленное позволяет наконец надеяться, что так необходимому государству российскому малому биз­несу, которому сегодня вполне соответствует известная пого­ворка “скорее живой, чем мертвый”, будет включен зеле­ный свет. А дееспособному многомиллионному населению на­шей страны этот вид бизнеса необходим как воздух не толь­ко для выживания и раскрепощения, но и для своего мате­риального процветания, морального самоутверждения и са­мореализации.

Россия располагает всеми возможностями для того, чтобы обеспечить хорошей зарплатой, пенсиями, жильем большин­ство своих граждан. Многое необходимо делать прямо се­годня, и сделать это может только раскрепощенный малый и средний бизнес.

**1. Особая роль малого бизнеса в экономике России**

Качественные характеристики малого предприятия (МП) в рыночной экономике в целом присущи ему и в переходных российских условиях. Совокупность качественных характе­ристик МП трансформируется в специфическую роль мало­го бизнеса как сектора экономики, определяя его экономи­ческую и социальную значимость. Они - основа сильных и слабых сторон малого бизнеса. Сегодня преимущества мало­го бизнеса по сравнению с другими секторами экономики выражены четче, чем недостатки. В этом заключается спе­цифика малого предпринимательства - “оживать” в период общего экономического спада, “принимать на себя” реше­ние многих социальных и экономических проблем.

Такой вывод позволяет сделать анализ накопленных дан­ных: результатов опросов предпринимателей, статистичес­ких показателей. Следует, однако, помнить: предоставляют статистическую отчетность, участвуют в опросах достаточ­но успешные, по крайней мере, реально функционирую­щие, фирмы. Это те МП, которые прошли испытание вре­менем, нашли свою нишу, способы удержать, даже расши­рить рынок сбыта. Именно такие предприятия, по имею­щейся информации, достаточно устойчиво стоят на ногах. Но с 1994 г. их количество не растет, напротив, оно не­сколько уменьшилось. Очевидно, барьеры входа в малый бизнес стали слишком высоки, начать предпринимательскую деятельность стало значительно сложнее, чем поддер­живать стационарный режим уже запущенного дела. Про­цесс формирования рациональной структуры экономики, где на МП приходится значительная доля всех хозяйствующих субъектов и подавляющая - всех занятых, застопорился.(7, С.15)

Функционирующие МП демонстрируют хорошую спо­собность адаптироваться к внешним условиям, своим разви­тием укрепляя рыночные отношения. По данным монито­ринга частного сектора, руководители МП считают общее состояние фирмы плохим в среднем в 1,3 раза реже, чем директора крупных и средних предприятий.

Малый бизнес является надежным источником бюджет­ных поступлений*.* Доля просроченной задолженности МП местным и федеральному бюджетам ниже, чем у крупных предприятий, соответственно в 2,3 и 2,8 раза. МП-лидеры практически вообще ее не имеют. Лидеры из числа круп­ных предприятий, напротив, имеют просроченную задол­женность по всем позициям, в том числе и поставщикам. Малые предприятия являются достаточно устойчивым ис­точником постоянной занятости, постоянных доходов насе­ления. Доля просроченной задолженности по заработной пла­те на малых предприятиях в 2,5 раза меньше, чем на круп­ных.

Для работников малый бизнес - возможность избавить­ся от прежнего стереотипного отношения к труду как к зат­рате времени, а не энергии, сил. Для руководителей - это школа рыночного предпринимательства. У МП-лидеров фор­мируются рыночные стандарты поведения практически во всех сферах деятельности. У крупных предприятий ус­пех в большей мере определяется отраслевой принадлежно­стью, а не рыночно-ориентированными решениями.

Малый бизнес активно формирует систему хозяйствен­ных связей, ее нижний, местный уровень. Хозяйственные связи МП более длительны, чем у крупных, особенно с по­требителями (продавцами), им лучше удается удержать рынок сбыта. Хозяйственная кооперация в малом бизнесе постоянно перерастает в интеграцию, особенно у наиболее успешных предприятий: 1/5 лидеров заинтересованы в интеграции с организациями по сбыту, производителями ана­логичной продукции. Очевидна ориентация на серьезное ос­воение рынка.

Вместе с тем большинство развивающихся МП не стре­мится перешагнуть формальный порог, отделяющий их от среднего бизнеса. Среди фирм-лидеров лишь 4% предприя­тий всерьез рассматривают возможность создания семейства дочерних фирм, выделения отдельных производств в само­стоятельные предприятия. Тем самым тормозится расшире­ние среднего бизнеса, формирование рациональной струк­туры экономики. Нельзя исключить, что данная ситуация - отчасти следствие льгот, предусмотренных исключительно для МП. Ставя целью, создание условий, способствующих развитию малого предпринимательства в целом, льготный режим функционирования МП становится своего рода барьером на пути конкретного динамично развивающегося бизнеса. Снять это противоречие можно, создав среду, благо­приятную для предпринимательской деятельности любых масштабов.(7, С.17)

**Качественные характеристики российского малого предприятия.**

Используемые количественные критерии определения типа предприятия - это операционный инстру­мент, необходимый для проведения измерений, сопоставлений, прогнозов. Действующие параметры отнесения пред­приятий к разряду малых задавались без предварительного анализа, учета качественных особенностей малых предпри­ятий. Во многом поэтому российский малый бизнес вобрал в себя фирмы, относимые к категории средних в большин­стве промышленно развитых стран.

Специфика МП в усло­виях рынка определяется его особенностями в таких сферах жизни, как целеполагание, менеджмент, финансирование, планирование выпуска, кадровая политика. Эти характери­стики предопределяют как преимущества, так и недостатки предприятий относительно небольшого размера по сравнению с более крупным бизнесом в контексте решения конк­ретных управленческих задач. Их недостатки - объектив­ная основа возникновения барьеров для развития малого бизнеса, изначально присущих ему в развитом рынке или вызванных переходными условиями, а потому в принципе устранимых. Меры государственной поддержки должны быть направлены на преодоление барьеров, обусловленных не­развитостью рыночных отношений в нашей стране.

Помимо преимуществ, у МП имеются и уязвимые мес­та. Главное для них - малая величина индивидуального капитала. Для подавляющего большинства МП основным источником стартового капитала или пополнения средств, уже вложенных в бизнес, является самофинансирование, и лишь в случае достаточно успешного ведения деловых операций появляется возможность использовать банковский кредит. Но коммерческие банки всегда неохотно взаимодействуют с МП, потому что для них мелкие ссуды менее выгодны, чем кре­диты КП, и сопряжены с гораздо большим риском. Малому бизнесу приходится платить за ссуды более высокий про­цент, чем платят крупные заемщики. Как свидетельствует опыт, трудности доступа к коммерческому кредиту порож­дают у многих МП хроническую нехватку оборотного капи­тала, что и становится причиной большинства банкротств. Финансовое положение МП особенно уязвимо в условиях инфляции, поскольку, в отличие от КП, они имеют лишь ограниченные возможности перекладывать рост своих из­держек на потребителей.

Вследствие названных причин отличительной чертой малого предпринимательства является его неустойчивость, проявляющаяся в массовом разорении МП, “вымывании”, вытеснении их из производства в процессе жесткого “ес­тественного отбора” в условиях рыночной конкуренции*.* По данным Администрации по делам малого бизнеса США, почти каждая четвертая вновь созданная малая фирма тер­пит банкротство уже на первом году своей деятельности, а 90% не могут продержаться более четырех лет. Правда, разорение как утрата капитала происходит лишь в 20% слу­чаев: американское законодательство стимулирует “добро­вольное банкротство” МП — обмен или продажу ими своих акций для приобретения более выгодного бизнеса.

Американский рынок отличается повышенной требова­тельностью к начинающему предпринимателю. В других странах малый бизнес имеет больший шанс на выживание. Так, в Великобритании к концу четвертого года деятельности на рынке удерживаются около 40% МП. Однако и здесь для выживания фирмы критическим считается первый год, в течение которого разоряется половина всех создаваемых новых предприятий. В странах ЕС в среднем 7 из 10 новых МП выживают в течение первых трех лет своей деятельности.(9, С.89)

**1.1. Характерные особенности малых предприятий**

Главным преимуществом МП в условиях современного рын­ка является намного более гибкая, чем у КП, реакция на быстро меняющийся спрос: умение “уловить” возникающую потребность и отреагировать немедленной мобилизацией сво­их ресурсов и возможностей. Эта маневренность вытекает из краткого упоминания особенностей МП: оно не связано об­ширной производственной программой, разработанной на перспективу; не обременено многочисленным персоналом, требующим сложных навыков управления.; не отягощено финансовыми обязательствами перед акционерами, ожида­ющими дивидендов от вложенного капитала; ему проще пе­рестроить свою рыночную стратегию, как только найдена новая “ниша”, и манипулировать ценами на свою продук­цию; перед ними вряд ли встанет проблема организованного противодействия наемных работников, отстаивающих спо­мощью профсоюза свои рабочие места или уровень заработ­ной платы.

Кроме того, малое производство, как правило, более эко­номично*.* У МП, по сравнению с КП, короче сроки капи­тального строительства, для их создания нужен относительно меньший стартовый капитал. Оборачиваемость средств у них в 2-2,5 раза выше, что обеспечивает достаточно высокую норму прибыли. Эти предприятия обычно лучше использу­ют свой капитал, оборудование и производственные площади, не держат крупных запасов. Они успешнее экономят на административно-управленческих расходах благодаря про­стоте и гибкости процедуры управления.

Преимущества маневренности и экономичности ста­новятся особенно важными, когда предприятие достигает высокого уровня специализации*.* Наиболее жизнеспособные МП, как правило, узко специализированы и именно в та­ком качестве полноправно участвуют в производственном процессе как его неотъемлемый компонент, в существова­нии которого крайне заинтересован крупный бизнес.

Почему же именно теперь все эти свойства малого биз­неса оказались столь широко востребованными? Внешними факторами, изменившими в лучшую сторону рыночный ста­тус МП, послужили компьютерная революция 70-х гг. и ми­ровой энергетический кризис. Они вызвали переход произ­водственных систем ведущих промышленных стран на но­вую технологическую базу.(5, С.10)

С появлением качественно новой техники, основанной на широком применении микросхем, стало возможным за счет резкого ускорения переналадки оборудования перейти к выпуску продукции небольшими сериями, непрерывно обновляя ее номенклатуру. Для КП становится более выгод­ным передавать МП часть заказов на мелкосерийную про­дукцию, специальные модули или завершающие операции по сборке.

Используя лизинг, малые специализированные предприятия быстро обзавелись современным оборудовани­ем. На основе субконтрактов многие из них получили доступ к технической документации, рабочим чертежам, производ­ственным ресурсам КП. Будучи заинтересованными, в “при­вязке” зарекомендовавших себя субпоставщиков, КП конст­руируют и проектируют для них новые изделия, помогают улучшать технологию производства, совершенствовать ме­тоды контроля за качеством продукции и т. п.

Перестраиваться стали и сами КП. Мотив “экономии на масштабах”, т. е. укрупнение производства, бывший для них главным в течение десятилетий, отошел на задний план. Сверхконцентрация во многих случаях достигла пределов экономической целесообразности и стала давать обратный эффект - усиление неуправляемости, инертности, бюрок­ратизации, отставание от требований рынка и технического прогресса, падение производительности труда. Энергоемкость крупного производства обернулась огромным ростом издер­жек, убытками и задолженностью. Поэтому с 70-х гг. круп­ное производство в ведущих странах Запада, а сегодня уже и в России, вступило в фазу массовой реорганизации - вы­деления специализированных звеньев и участков в неболь­шие фирмы, самостоятельные в коммерческом отношении (т. е. вступающие в рыночную конкуренцию на свой страх и риск), но так или иначе ассоциированные с головным пред­приятием.

Многосторонняя кооперация небольших и совсем мел­ких специализированных предприятий, имеющих самое раз­ное происхождение и различный хозяйственно-правовой статус, стала доминирующей тенденцией современного про­изводства. Она приобретает все более широкий масштаб и разнообразные формы - субподряда в промышленности, франчайзинга в торговле и услугах, развития отдельных видов обслуживания (деловые и профессиональные услуги, автосервис, предприятия быстрого питания и т. д.), совмес­тного выхода на внешние рынки, венчурного бизнеса и т. п.(5, С.12)

Благодаря возможностям кооперации малый бизнес пользуется рыночными преимуществами на основе деталь­ного знания своей клиентуры, близости к дифференциро­ванным рынкам. Это характерно прежде всего для пред­приятий, обслуживающих те сегменты рынка, которые из-за своей малой емкости не слишком интересуют крупный бизнес. К ним относится большая часть производства потре­бительских товаров, в том числе новейших. Номенклатура продукции здесь отличается стабильностью, технология про­изводства еще не отработана, что создает для МП много­численные рыночные “ниши”.

Малый бизнес чутко реагирует на растущую зависи­мость потребительского спроса от колебаний моды, успе­вая удовлетворять все новые, нередко индивидуальные зап­росы покупателей (работа на заказ).Во многом его разви­тие предопределено глубокими изменениями, происходящими в современной культурной среде. Если несколько десяти­летий назад залогом успешного сбыта товаров было его со­ответствие рыночным стандартам, то теперь - новизна, оригинальность внешнего облика. Аналогичные тенденции присущи сфере услуг, в которой спрос все более определя­ется качеством и разнообразием сервиса.

Развитию малого бизнеса способствует и региональная дифференциация производства и потребления. Значительная часть МП создается для освоения ресурсов сырья, имеющих местное значение, с целью избежать повышения транспорт­ных тарифов, а также там, где велики сезонные колебания условий производства или спроса.

**Инновационная роль малого предпринимательства.**

Ин­новационная роль малого бизнеса часто реализуется в коо­перации с КП. Помимо производственной кооперации, о ко­торой говорилось выше, существует аналогичное разделе­ние труда в сфере НИОКР. Со стороны малого бизнеса оно осуществляется небольшими наукоемкими предприятиями - венчурными МП, которые занимаются поиском принципи­ально новых продуктов и процессов, работая в условиях высокого коммерческого риска, а также берут на себя до­работку и пробное освоение научно-технических новшеств, не требующих крупных и капитальных затрат.

Кооперация в сфере НИОКР позволяет КП значитель­но сократить период разработки принципиально новых ви­дов продукции (нередко с 10-15 до 4 лет) и увеличить долю новых товаров в общем объеме продаж. Экономически она высокоэффективна: по имеющимся оценкам, малыми фир­мами в США производится в четыре раза больше новинок в расчете на одного занятого, чем на КП, а затраты на одного инженера или исследователя - вдвое ниже. Поэтому вен­чурное предпринимательство получает широкое распрост­ранение. Концерн “Дженерал электрике”, например, связан с более чем 200 независимыми исследовательскими фирма­ми, фактически целиком работающими на его потребности. Частный сектор инвестирует в малые инновационные пред­приятия огромные средства: ежегодный объем капиталовло­жений венчурных фондов США оценивается в 3-4 млрд. долл., совокупные инвестиции венчурных фондов Велико­британии, ФРГ, Франции и Италии составляют более чем 3,5 млрд ЭКЮ.(9, С.89)

Однако определенная часть МП пытается вести само­стоятельную инвестиционную деятельность, в чем ей ока­зывает поддержку государство. Если крупный капитал зани­мается поиском и стимулированием отдельных перспектив­ных в коммерческом отношении малых инновационных форм, то государство поддерживает инновационную деятельность сектора МП как такового. В США федеральное правитель­ство финансирует 35% расходов МП на НИОКР в форме налоговых льгот и через государственные контракты, а на уровне штатов и органов местного самоуправления действу­ют программы, увязывающие поддержку инновационных МП с конкретными нуждами этих территорий. Значительное число МП осуществляет инновации в форме обновления тех­нологии, менеджмента, организации труда и номенклатуры продукции. В этом плане государственная помощь также играет большую роль. Она выражается в содействии различ­ным способам передачи технологии, прежде всего в форме участия в создании соответствующей инфраструктуры - бизнес-инкубаторов и технопарков (предоставление земельных участков, налоговые льготы и т. п.). Целью является “вы­ращивание” технически передовых предприятий, которые в перспективе смогут осуществить диффузию новейших тех­нологий во все сферы национальной экономики. Тем самым удается частично компенсировать характерную для МП не­хватку финансовых средств, необходимых для проведения научных исследований и разработок.

**Особенности менеджмента.**

Простота организационной структуры, личное участие и заинтересованность руково­дителя во всех делах фирмы - одни из наиболее ярких отличий российского МП от крупного. Специфика менедж­мента малой фирмы заключается в том, что руководитель может и вынужден принять на себя решение большинства проблем. Возможность концентрации власти определяется самим масштабом бизнеса: рынки локальны, номенклатура мала, объем производства невелик, число партнеров огра­ничено, небольшой штат сотрудников позволяет всех дер­жать в поле зрения. Наряду с этим МП не свойственно, да и не нужно, принимать нестандартные управленческие ре­шения, кардинально меняющие ситуацию внутри фирмы и вне

ее. Следовательно, и нет потребности в управленцах - специалистах высокого класса. Для руководства МП доста­точно средней квалификации в сочетании с доступностью информации, консультационных услуг.

Руководитель МП должен принять на себя всю полноту ответственности, так как услуги профессионалов-управлен­цев стоят дорого. Выгода, которую может дать постоянно работающий профессионал, как правило, несоизмерима с затратами на его содержание. Лишь когда фирма ориенти­рована на рост, на преодоление барьеров входа в группу предприятий более крупного бизнеса, требования к управ­лению возрастают, появляется необходимость усилить ру­ководство за счет создания более сложной структуры.

**2. Мобилизация финансовых ресурсов в малый бизнес**

**2.1. Особенности финансирования деятельности малого бизнеса.**

Одно из главных отличий МП от крупного предприятия - порядок финансирования, предполагающий использование в первую очередь и главным образом внутренних источников: доходов фирмы, личных средств руководителя, средств родных, друзей.

В условиях развитого рынка для МП существует еще один источник - банковский кредит, предоставляемый как непосредственно, так и в рамках специальных программ, с привлечением специализированных программ, специализи­рованных финансовых структур, при поддержке государ­ства.

В сегодняшних российских условиях, как свидетельству­ют результаты всех опросов предпринимателей, возможность привлечения внешнего финансирования крайне ограничена. Чем хуже положение предприятия, тем эта возможность меньше.

Кризисная ситуация, типичная для значительной части МП, носит застойный, подчас необратимый характер. Банковское кредитование МП сведено к минимуму. Сокра­щается число предпринимателей, планирующих привлечь краткосрочный и долгосрочный банковские кредиты. Банки не устраивают небольшая величина запрашиваемых ссуд и отсутствие гарантий их возврата. Предпринимателей отпу­гивают высокая ставка процента, короткий срок кредитова­ния, требование залога. Кроме того, пока сфера предприни­мательства остается рискованной (включая и политический риск), нет стимула расширять деятельность, привлекая сред­ства извне. Прежде всего это касается производства с его относительно меньшей ликвидностью.(4, С.5)

Рассматривая особенность МП, заключающуюся в пре­имущественном использовании внутренних источников фи­нансирования, следует иметь в виду негативные последствия этого процесса как для отдельных фирм, так и для сектора малого бизнеса в целом. Это повышенный риск банкротства на этапе становления, трудности расширения производства, наконец, барьер, не позволяющий даже наиболее успеш­ным МП попасть в разряд средних.

Недостаток собственных средств, принципиально невос­полнимый в рамках отдельного МП, в сочетании с невоз­можностью привлечь внешнее финансирование нередко ог­раничивают масштабы перспективного бизнеса. Вот харак­терный пример. Предприятие вышло на рынок капиталоемкой продукции. Спрос на нее высок, но при таком уровне цен, когда рентабельно производство лишь средних масш­табов. Ситуация достаточно типична. Многие емкие рыноч­ные ниши опустели из-за деградации заполнявших их преж­де крупных предприятий. Свернув нерентабельные произ­водства, они не в силах “содержать себя” за счет оставших­ся прибыльных и, как правило, закрывают и последние. За­полнить образовавшийся вакуум мог бы средний бизнес, ко­торый либо отпочковался от крупного в процессе реструк­туризации, либо вырос из малого. Второй путь был не раз опробован в ходе развития рыночной экономики, но требу­ет финансовой подпитки извне, причем в относительно сжа­тые сроки, пока сохраняются конкурентные преимущества свободного рыночного пространства.

Другой пример. МП освоило выпуск продукции, чья кон­курентоспособность на внутреннем и внешнем рынках пред­полагает постоянное совершенствование технических пара­метров. Существующие на фирме технические разработки позволяют поддержать конкурентоспособность, создать ус­тойчиво развивающийся бизнес, потенциально выходящий за рамки малого. Но для этого требуется достаточно серьез­ное (по масштабам МП) единовременное финансовое влива­ние, отдача от которого в будущем возместит все затраты.

И еще один случай. Он типичен для инновационного предпринимательства. Если МП опирается в своей работе на научную разработку, то, как правило, оно станет прибыль­ным, когда замкнется цепь: разработка - организация про­изводства - сбыт. Чтобы “раскрутить” такой бизнес, необ­ходимо соответствующее стартовое финансирование. В си­туации, когда стартовый капитал формируется исключитель­но за счет личных средств предпринимателей, научные раз­работки, требующие высоких технологий, не могут быть надежным фундаментом малого предпринимательства. Эта проблема решается в рамках технопарков, где инновацион­ные МП доводят разработки до пробных образцов и конт­рольных испытаний. В случае удачи их внедрением занима­ются крупные фирмы. Другая возможность - привлечение венчурного капитала.

Предприниматели пытаются преодолеть узкие рамки внутрифирменного финансирования, перераспределяя по­лученный доход между заработной платой и инвестициями. На МП этот процесс, как и многие другие, упрощен, так как в большинстве случаев руководитель единолично рас­поряжается доходами. Другой вариант - ускорение оборота денежных средств - доступен главным образом МП непро­изводственной сферы. Руководители производственных фирм “размывают” профильную деятельность, занимаясь торгов­лей, посредничеством. Но относительное финансовое благо­получие предприятия оборачивается потерей времени в кон­курентной борьбе на рынке основного товара. Поэтому пред­приниматели, нацеленные на успешный бизнес именно в производстве, поэкспериментировав с торговлей, часто сво­рачивают ее.(10, С.15)

Ослабить, а тем более снять финансовые ограничения для МП без вмешательства государства невозможно. Речь идет не о беспрепятственной раздаче бюджетных средств всем желающим. К тому же совершенно необязательно (и даже с народнохозяйственной точки зрения вредно), чтобы из каждой микрофирмы выросло малое, среднее, крупное предприятие. Но, как показывает опыт промышленно раз­витых стран, стартовая финансовая поддержка - лучшее условие для расширения масштабов малого предпринима­тельства. Привлечение внешнего капитала к финансирова­нию перспективного бизнеса - залог поддержания оптималь­ной структуры экономики, эффективно сочетающей малые, средние и крупные предприятия.

Решается эта задача как за счет прямой финансовой помощи государства, так и пу­тем создания механизмов, косвенно направляющих частный капитал, индивидуальные накопления на финансирование МП.

Банковское кредитование малого бизнеса

На сегодняшний день наиболее действенным институтом кредитования МП, включая предпринимателей без образования юридического лица (ПБОЮЛ), является программа Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР). ЕБРР совместно с “донорами” - семью ведущими промышленно развитыми странами – выделил на эти цели 300 млн. долл., из них ЕБРР примерно половину. Финансовые ресурсы стали основой программы ЕБРР “Фонд поддержки малого бизнеса в России”.(3, С.93)

Механизм выдачи кредитов в рамках ФПМП выглядит так: ЕБРР в лице Фонда предоставляет долгосрочные кредиты российским коммерческим банкам, которые в соответствие с заключенным кредитным договором обязаны использовать предоставленные им средства для кредитования МП и ПБОЮЛ. В настоящее время ФПМП сотрудничает с пятью банками – четырьмя российскими и одним банком только с иностранным капиталом. К ним относятся: Сбербанк РФ, АБ “Нижегородский банковский дом”, Дальневосточный банк, Петровский банк, а так же банк кредитования малого бизнеса “КМБ – Банк” с иностранным капиталом.

Для данной работы они используют отделения и филиалы в 24 городах России. В настоящее время наиболее действенную работу по реализации этой программы ведет Сбербанк РФ. Так, из 34 отделений Московского Сбербанка РФ, 15 за последние два года, непосредственно в рамках программы, выдали более 2000 кредитов, из них 80% микрокредитов (до 30 тыс. долл.). Кредитная политика Сбербанка РФ предполагает. Что такого рода кредиты предназначены преимущественно для пополнения оборотных средств, и поэтому они выдаются не более чем на год. Обязателен залог.

Ограничения на выдачу кредитов касаются лишь некоторых областей предпринимательской деятельности: игорного бизнеса, производства табачных изделий, алкогольных напитков, операции по торговле ценными бумагами.(3, С.94)

Следует особо подчеркнуть, что банковские требования о залоге заведомо отсекают от кредита “венчурных” предпринимателей. У них, как правило, нет производственных помещений, оргтехники, нередко плохо и с личным имуществом. А ведь именно такие предприниматели больше других нуждаются в кредите. Чаще всего здесь необходимы иные – не банковские- институты кредитования малого бизнеса.

Фонды поддержки малого предпринимательства

Фондом поддержки малого предпринимательства является некоммерческая организация, создаваемая в целях финансирования программ, проектов, мероприятий, направленных на поддержку и развитие малого предпринимательства, путем аккумулирования средств, поступающих от приватизации государственного и муниципального имущества, доходов от собственной деятельности, добровольных взносов физических и юридических лиц, в том числе иностранных, доходов от выпуска и размещения ценных бумаг, а также доходов, получаемых по процентам от льготных кредитов, выделенных на конкурсной основе субъектам малого предпринимательства.

Фонды поддержки малого предпринимательства являются юридическим лицом. Основными направлениями деятельности фондов поддержки малого предпринимательства являются:

* содействие в формировании рыночных отношений на основе государственной поддержки малого предпринимательства и развития конкуренции путем привлечения и эффективного использования финансовых ресурсов для реализации целевых программ, проектов и мероприятий в области малого предпринимательства;
* участие в разработке, проведении экспертизы и конкурсном отборе, а также в реализации федеральных, региональных (межрегиональных), отраслевых (межотраслевых) и муниципальных программ развития и поддержки малого предпринимательства, демонополизации экономики, развития конкуренции, насыщения товарного рынка, создания новых рабочих мест;
* участие в формировании инфраструктуры рынка, обеспечивающей равные условия и возможности для осуществления деятельности в области малого предпринимательства;
* поддержка инновационной деятельности предпринимательских структур, стимулирование разработки и производства принципиально новых видов продукции, содействие в освоении новых технологий и изобретений;
* содействие в привлечении отечественных и иностранных инвестиций для реализации приоритетных направлений деятельности по созданию конкурентной среды и развитию малого предпринимательства;
* организация консультаций по вопросам налогообложения и применения норм законодательства.

На сегодняшний день за фондами поддержки малого бизнеса законодательно закреплено право заниматься кредитной деятельностью. Так, кредитование малого бизнеса осуществляет Федеральный фонд поддержки МП (ФПМП). ФПМП в 1998г., через банки- партнеры предоставил МП около 8 тыс. кредитов на сумму около 120 млн. долл. В 1999г. – примерно столько же, но на сумму в два раза меньше. В 2000г. ФПМП вышел на докризисные объемы кредитования, что в значительной мере связывается с ростом спроса на кредиты со стороны производственных МП. Конечно, объемы кредитования МП в рамках ФПМП с учетом общего числа , трудно считать весомыми, основная нагрузка здесь ложится на региональные фонды поддержки.(3, С.94)

Но абсолютное большинство российских региональных фондов поддержки МП, привыкших к постоянной бюджетной “подпитке”, в настоящее время вообще не имеют средств на организацию кредитования в экономически значимых масштабах.

**2.3.Лизинг как форма кредитования малого бизнеса**

Особой формой кредитования МП может стать финансовый лизинг, по сути, равносильный долгосрочному кредитованию. В результате лизинговой сделки лизингодатель приобретает у производителя права собственности на некоторый товар и сдает его в аренду лизингополучателю. Договор финансового лизинга, заключается, как правило, на нормативный срок службы имущества, передаваемого в лизинг. До истечения этого срока и завершения процесса выплат лизингодатель сохраняет за собой право собственности на объект лизинга.

Важным аспектом правового регулирования лизинговых отношений является юридическое закрепление различного рода льгот, которыми пользуются участники этих отношений. Среди них – право ускоренной амортизации имущества, полученного по лизингу, что позволяет ограничить срок договора лизинга 2-3 годами. Региональные налоговые льготы, как правило относятся к лизингу определенных видов имущества, в частности оборудования для АПК.(3, С.97)

Таким образом именно лизинг может стать наиболее эффективным способом расширения кредитования МП. Тем более он способствует развитию производственного малого бизнеса. Однако широкое распространение лизинга тормозиться ограниченностью финансовых ресурсов лизинговых компаний. Какой путь можно предложить для решения этой проблемы?

Федеральный фонд поддержки МП по инициативе программы TACIS разработал несколько вариантов проекта, включающего формирование системы кредитных гарантий и развитие лизинговой формы инвестирования в малый бизнес. Проблема дефицита кредитных ресурсов на российском рынке лизинговых услуг решается с помощью привлечения финансовых средств с западных кредитных рынков. Разумеется , каждый отдельный инвестиционных проект российского малого бизнеса, даже самый многообещающий, чрезмерно мал и рискован для европейских кредиторов. Преимущество предлагаемой системы кредитования состоит в том, что она позволяет создать институционально- финансовую схему, превращающую совокупность малых российских инвестиционных запросов в один большой европейский инвестиционный проект.

В результате реализации данного проекта дополнительный стимул получит региональная структура поддержки МП, прежде всего в виде гарантийных агентств, специализирующихся на работе с малым бизнесом лизинговых компаний. В региональное звено российской экономики начнут регулярно поступать западные кредитные ресурсы. Структура проекта предполагает высокую степень защиты всех инвестиционных капиталов. Участие региональных властей в реализации проекта способно придать поддержке малого бизнеса действительно целостный или, как говорят специалисты, “пакетный” характер.(3, С.98)

Но для того, чтобы лизинг развивался и происходила мобилизация финансовых ресурсов в малый бизнес, необходимы специальные исследования, прогнозирующие потребности российского малого бизнеса в лизинговых услугах и уточняющие место лизинга в общей системе мер по совершенствованию финансовой поддержки МП как важнейшего слагаемого современной рыночной экономики.

3. Проблемы развития малого бизнеса в России

Сложность ситуации заключается в том, что принципы управления, свойственные го­сударству федеративного типа, конечно, не позволяют Центру диктовать субъ­ектам Федерации когда и какие законы принимать. Однако, возможны меры иного свойства. Так, неоднократно предлагалось пойти на свертывание или за­метное сокращение всех форм федеральной помощи регионам в реализации их программ поддержки МП, если в указанных регионах отсутствуют соответст­вующие законы, четко обозначающие права и ответственность региональных органов государственной власти и управления в деле развития и государствен­ной поддержки МП. Разумеется, столь жесткие меры целесообразно было бы подкрепить включением в федеральную программу пункта о разработке силами экспертов и специалистов некоего “модельного варианта” закона субъекта РФ “О развитии и государственной поддержки МП” и ее апробации в нескольких республиках и регионах России. (1, С.76)

К числу значимых методологических проблем относится и усилениеком­плексного характера осуществляемых мер поддержки малого бизнеса через систему государственых программ. Речь в данном случае идет о преодолении ситуации, когда поддержка оказывается не комплексно, “однобоко” и, как след­ствие, - весьма часто малорезультативно. Например, значительные средства - как на федеральном, так и на региональном уровне - тратились и по-прежнему тратятся на обучение предпринимателей. Однако часто такие усилия не дают должной отдачи, т.к. действующие программы поддержки не содержат идеи “автоматического” подкрепления полученных знаний предпринимателей необ­ходимым им минимумом “стартового капитала”, возможностью получения ли­зинговых услуг или приобретения франчайзы, возможностью достаточно льгот­ной аренды производственного/торгового помещения и пр. Реализация ком­плексного характера поддержки требует качественно нового подхода к сбалан­сированности и взаимоувязке различных блоков государственных программ с учетом реальной потребности тех или иных категорий малых предпринимателей - как действующих, так и потенциальных - в тех или иных мерах (формах) под­держки. При этом, если ранее приоритет неизменно отдавался поиску стартового капитала, то теперь все более актуализируется проблема так назы­ваемой “имущественной поддержки” МП путем выделения им нежилых поме­щений, перераспределения территорий и помещений предприятий за счет раз­укрупнения или реструктуризации фактически бездействующих предприятий ли предприятий-банкротов, конверсионных предприятий, путем создания на их основе специальных производственных баз и технопарков и пр.(1, С.78)

Организационно-институциональные проблемы государственных про­грамм поддержки МП порождены отсутствием на сегодняшний день единой полномочной и ответственной исполнительной вертикали осуществления госу­дарственной политики в отношении малого бизнеса, в том числе и в плане реа­лизации целевых программ поддержки МП. На сегодняшний день структура ор­ганов власти и управления, обеспечивающих государственную поддержку и взаимодействие с МП в различных регионах России весьма неодинакова. В сис­теме исполнительной власти субъектов Российской Федерации этими вопроса­ми занимает множество органов с различным статусом, функциями, полномо­чиями и ответственностью. Более того, часто эти органы формально представ­ляют разные направления социально-экономической деятельности (а именно, министерства, комитеты, департаменты, управления, отделы и пр.). Это приво­дит к неопределенности на местах статуса заказчика/исполнителя региональных программ развития и поддержки МП, а также негативно влияет на возможности взаимодействия специализированных федеральных и региональных органов поддержки МП, в частности, в процессе согласования и взаимодействия соот­ветствующих федеральных и региональных программ. Примерно такая же си­туация складывается и с юридическим (организационно-правовым) статусом ре­гиональных фондов поддержки МП (специализированные региональные фонды сейчас имеются примерно в 3/4 всех субъектов Федерации), что затрудняет их рабочее взаимодействие с Федеральным фондом поддержки, а также местными финансово-кредитными институтами, так или иначе действующими в интересах малого бизнеса.

Особой проблемой в финансовом аспекте реализации целевых государст­венных программ поддержки МП является усиление роли банковских институ­тов. Речь идет об их участии в финансировании (точнее - софинансировании) государственных программ поддержки МП с общей перспективой замещения “фондовой” модели финансово-операционного обеспечения указанных про­грамм (рассчитанной преимущественно на бюджетную “подпитку” программ, а в целом - только на начальный этап формирования всей практики государствен­ной поддержки малого бизнеса) преобладающей ролью специализированных банков. Нынешнее же взаимодействие МП с банковско-кредитным сектором экономики следует расценить как неудовлетворительное. Это взаимодействие банков “заморозилось” на уровне преобладающего значения краткосрочного кредитования, причем преимущественно сферы торгово-посреднеческих операций МП. Роль банков как источника инвестиционной деятельности МП, их реструктуризации незначительна. Это связано с причинами, лежащими как на стороне банков, так и вне их.(6, С.45)

Ряд интересных возможностей заключен в усилении взаимного кредитования предприятий малого бизнеса, которые уже активно действуют во многих регионах России.

На мой, пока еще не профессиональный взгляд, помощь правительства малому бизнесу, должна стать неотъемлемой частью его работы. Состояние малого бизнеса мне представляется чем-то вроде индикатора экономики страны в целом, являясь одной из самых незащищенных частей экономики, малый бизнес тяжелее всего переносит кризисы, которые в нашей стране происходят с завидным постоянством и поддержка государства ему просто необходима.

Заключение

В данной работе сделана попытка охарактеризовать малое предпринимательство в России в настоящее время, выделить особенности малого предпринимательства и обозначить основные и наиболее острые его проблемы.

Необходимо отметить, что малый бизнес в России уже имеет довольно широкую правовую основу, но она недостаточна. Проблема состоит в том, что она однобока и принятые правовые аспекты не реализуются, что делает абсурдным принятие каких-либо новых нормативно-правовых актов. И как следствие – несовершенство налоговой системы.

Что же касается сферы деятельности, то малый бизнес имеет свою нишу в экономике, которая обеспечивает наиболее эффективную отдачу от работы, как с целыми предприятиями-гигантами, так и с отдельным человеком. Данная позиция обусловлена особенностями и функциями малого предприятия.

На данном этапе развития малого бизнеса в качестве основных проблем выделяют: бюрократизм и коррупцию, которые поразили всю Россию; развитие среди субъектов малого бизнеса в основном торгово-посреднических фирм; неравномерность и непредсказуемость развития всей экономики, как в территориальном плане, так и во временном; недостаточность и недоработанность правовой базы, которая является однобокой; несовершенство налоговой системы.

Можно сказать, что малый бизнес в России - уже реальность, от его развития, от отношения общества и государства к этой сфере экономики зависит и развитие всей России в целом.

Хотелось бы надеяться, что в ближайшее время и наша страна, учитывая обширный зарубежный опыт, пойдет по пути адаптации предприятий малого бизнеса к сегодняшним экономическим условиям хозяйствования в России.

Тем более, что имеющий глубокие корни в экономической истории нашей страны малый и средний бизнес не используется в полной мере, как в увеличении объемов производства, так и в повышении его эффективности и сбалансированности. Малое предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом, что наглядно видно из данной работы. Следовательно, лучшим выходом из создавшейся в России кризисной ситуации была бы государственная политика правительства, направленная на расширение и развитие предприятий малого предпринимательства в нашей стране.

Государство должно мобилизировать как можно больше финансовых ресурсов в малый бизнес, привлекая для этого все средства

Хотелось бы заметить, что несомненная перспективность сектора малого и среднего предпринимательства в современной экономике и, следовательно, большой интерес к нему не следует рассматривать лишь как очередную компанию в системе антикризисных мер, но и как долговременное направление структурной политики, естественным образом обеспечивающей органическую смычку воспроизводственных и рыночных процессов в российском хозяйстве, реализацию современной стратегии экономического роста в течение долговременного перехода. Ибо, именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области малого предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечить перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

**Список литературы:**

1. Архипов А., Баткилина Т., Калинин В. Государство и малый бизнес: финансирование, кредитование и налогообложение // Вопросы экономики - 1997 - №4
2. Бабаева Л.Б. Малый бизнес в России.-М.: Наука,1993.
3. Бухвальд Е., Виленский А. Кредитование малого предпринимательства // Вопросы экономики .- 2001.- №4.
4. Глазатова М., Виленский А. Государственный и муниципальный заказ для малого бизнеса // Вопросы экономики .- 2001.- №4
5. Иванова М. Малый инновационный бизнес в странах с развитой рыночной экономикой. // Российский экономический журнал.-1999.- № 12.
6. Краева Н.М., Минеев В.Н. Социально-экономические особенности российского предпринимательства. // Общество и экономика. – 1998.- № 9-10.
7. Малый бизнес: методика и результаты анализа.//Вопросы статистики.-1999.- №8.
8. Малый бизнес в России: оценка ситуации (из доклада Российской ассоциации развития малого предпринимательства) // Общество и экономика - 1999 - № 9-10, 11-12
9. Попов В.М., Ляпунов С.И. Практика малого бизнеса.- М. 2001.
10. Чепуренко А. Проблема финансирования в российском малом бизнесе.// Вопросы экономики.- 1999.- №7.
11. Шестоперов О. Современные тенденции развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики .- 2001.- № 4.