**План**

Введение

Глава I. Экономические и организационные основы малого и среднего бизнеса

1.1 Предпринимательство – стратегический фактор экономического развития малого и среднего бизнеса.

1.2 Экономическая сущность предпринимательства.

1.3 Предпринимательство как экономический процесс.

Глава II. Экономические цели деятельности малого предприятия

2.1 Прибыльность предпринимательской деятельности

2.2. Конкурентоспособность предприятия

2.3 Предпринимательский риск.

Глава III. Деятельность малого и среднего предпринимательства в Казахстане.

3.1 Особенности развития малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан

3.2 Проблемы малого и среднего предпринимательства

3.3 Принципы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

В последние годы в Казахстане получило динамичное развитие предпринимательство, которое представляет собой инициативную, самостоятельную, осуществляемую от своего имени, на свой риск, под свою имущественнуюответственность деятельность физических лиц, направленных на получение прибыли.

Актуальность курсовой работы заключается в том, что осуществляемые, в нашей стране экономические реформы при всей их непоследовательности и противоречивости явились условием становления и развития малого предпринимательства, которое решает основные функции, присущие вообще предпринимательской деятельности. Как показывает опыт развитых стран, малое предпринимательство играет весьма большую роль в экономике, его развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно – технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание новых дополнительных рабочих мест, т. е. Решает многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы. Во всех экономически развитых странах государство оказывает большую поддержку малому предпринимательству, которому свойственны цивилизованные черты. Дееспособное население все больше и больше начинает заниматься малым бизнесом.

Наши ежегодные планы должны соответствовать долгосрочным приоритетам. Более того, система мониторинга должна давать ответ на вопрос - насколько мы продвинулись в достижении поставленных целей. Поэтому нам необходима система стратегического планирования и стратегического контроля, подотчетности и ответственности.

Главное условие нашего устойчивого движения вперед - это сплоченность нашего общества в достижении поставленных целей, консолидация всех слоев и групп населения вокруг стратегии, направленной на решение общих задач. Это станет реальным, если в ней мы будем способны правильно учитывать потребности общества и различных групп населения, верно определять приоритеты и обеспечивать их реализацию. Это надо делать в сотрудничестве государства с отдельными группами населения и частным сектором. (Послание Президента «Казахстан - 2030»)

Целью данной работы является дать характеристику сущности малого предпринимательства, показать его преимущества и определенные недостатки. Предпринимательская деятельность является самостоятельной, инициативной и рисковой деятельностью дееспособных граждан, направленной на систематическое получение прибыли (дохода) законным путем.

Задачи курсовой работы:

1. Рассмотреть экономические и организационные основы малого и среднего бизнеса
2. Выявить экономические цели деятельности малого предприятия
3. Рассмотреть особенности, проблемы и принципы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

Структура курсовой работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

**Глава I Экономические и организационные основы предпринимательства**

* 1. Предпринимательство - стратегический фактор экономического развития.

Одним из важнейших стратегических факторов устойчивого экономического развития и достижения нормального уровня жизнеобеспечения населения является формирование цивилизованного современного предпринимательства в экономическом пространстве Казахстана, во всех сферах и отраслях производства, на каждом предприятии и в их объединениях.

Чтобы войти равным партнером в мировое хозяйство и мировой рынок, нужно сформировать предпринимательский тип воспроизводства в стране. Но и сам процесс создания воспроизводства предпринимательского типа невозможен в отрыве от мирового хозяйства. Ибо современный уровень производительных сил таков, что нельзя быть конкурентоспособным во всех отраслях и сферах производства. Нужно обоснованно выбрать свою нишу в мировом рынке, используя преимущество в обеспечении теми основными и развитыми факторами производства, которыми располагает в данное время Казахстан. Казахстан обладает богатыми основными факторами – природными ресурсами, но этого недостаточно для конкурентоспособности на мировых рынках. Чтобы иметь национальные издержки производства ниже мировых, необходимо экономное природопотребление. Это требует наличия особой производительной силы предпринимателей – и ее реализации в деятельности.

Предпринимательство стало реальным стратегическим ресурсом, который явится одним из основных факторов выхода из глубокого экономического кризиса на путь устойчивого экономического развития и входа в качестве равного субъекта мировых рыночных отношений в мировое хозяйство, нужно правильно понять экономическую сущность и содержание предпринимательства.

В экономически развитых странах Запада идут по пути развития предпринимательства прежде всего в сфере производства, казахстанские «предприниматели» заняты прежде всего в посреднической сфере – торговле , банковском деле и т.д. До сферы производства не доходят их капиталы, в сфере производства не реализуются их способности, знания, квалификация и пр. Такой путь становления предпринимательства – это зацикливание на первоначальном пути его становления. В данном случае предпринимательство не становится фактором подъема экономики, а ведет к разбазариванию природных, трудовых, интеллектуальных и других ресурсов страны.

Для экономического развития необходимо наличие массы предпринимателей, обладающих соответствующими способностями, знаниями, профессионализмом, соответствующим опытом.

Конечно, для того, чтобы выжить в этой обстановке, приходиться учится и тому, как скрыть свои истинные доходы, иметь успех в спекулятивной деятельности, адаптироваться в криминальной, коррупционной, перераспределительной и другой атмосфере. Но такая «наука» не способствует формированию подлинных предпринимателей, способных получать устойчивый, высокий предпринимательский доход, а предпринимательским структурам быть устойчиво конкурентоспособным на региональном, национальном и мировых рынках. Именно предпринимательский доход является важнейшим внутренним источником развития экономики, и вследствие этого подлинные предприниматели являются той производительной силой, которая превращается в стратегический фактор развития национальной экономики.

**1.2. Экономическая сущность предпринимательства.**

Теория предпринимательства развивалась по ряду направлений. Представители первого направления связывали предпринимательство с риском. Родоначальником этого направления можно считать французского экономиста Р. Кантильона, который пришел к выводу, что предпринимателем является индивид, обладающий предвиденьем и способностям к риску и реализацией их с целью получения дополнительного дохода. Он может заниматься деятельностью в любом моменте воспроизводства: процессе производства, обмена, потребления.

Второе направление в развитии теории предпринимательства можно связать с взглядами Ж.Б. Сэя и А. Маршалла. Они доказывали, что основная функция предпринимателя заключается в том, чтобы осуществлять рациональную комбинацию факторов производства и получать предпринимательский доход.

Логическим развитием первых двух направлений стала концепция предпринимательства Й. Шумпетера. И это третье направление в создании теории предпринимательства является наиболее обоснованным и перспективным. Й. Шумпетер считал предпринимателя основной производительной силой экономического развития. Экономическая система саморазвивается тогда, когда в ней непрерывно воспроизводятся новые комбинации факторов воспроизводства. Новые комбинации заключаются: в изготовлении неизвестного потребителем блага, внедрении новых способов воспроизводства, освоении новых рынков или новых сегментов рынка, получении новых источников сырья, внедрении новых методов организации труда и т.д. Хозяйственных субъектов, которые активно осуществляют эти новые комбинации в процесс воспроизводства, Й. Шумпетер определил как предпринимателей.

Анализ показывает: в развитых странах малое предпринимательство ценно, прежде всего, своей инновационностью и рисковым характером деятельности. Малые фирмы в этих странах играют роль в развитии наукоемких высокотехнологических производств, в быстром освоении новшеств.

Таким образом, предпринимательство – это особая система хозяйствования, основанная на специфической рисковой и инновационной деятельности, которая может охватывать воспроизводство в целом, или какой – то отдельный момент воспроизводства, обмена, распределения, потребления с целью получения предпринимательского дохода.

Экономическая сущность предпринимательства конкретизируется в его содержании. Предпринимательство представляет собой процесс в рамках воспроизводства. Основным его фактором является способность предпринимателя по – новому комбинировать ресурсы или факторы воспроизводства – рабочую силу (труд), капитал, землю. Способности предпринимателя осуществлять новые комбинации факторов зависят, прежде всего, от его личностных качеств. К ним относятся, прежде всего, способности: продуцировать новые производственные или коммерческие идеи, давать им оценки с точки зрения возможности получения предпринимательского дохода; оперативно использовать новшества в процессах воспроизводства, превращать их в инновации и доводить последние до коммерческого результата; расчетливо рисковать, с большей вероятностью прогнозирую дополнительный доход от риска.

Предприниматель может персонифицироваться как в собственника капитала, так и в менеджера, специалиста, наемного работника. Предприниматель может также персонифицироваться как в любом индивидууме, занятом процессом предпринимательства, так и в целых коллективах. Пока индивидуум или коллектив ведут инновационное воспроизводство, используя свои инновационные способности с целью получения предпринимательского дохода, они являются предпринимателями.

**1.3. Предпринимательство как экономический процесс.**

Предприниматели реализуют свои предпринимательские способности в предпринимательстве как в экономическом процессе. Сущность заключается в том, что это процесс создания предпринимательского дохода, т.е. дополнительной прибыли от инновационной рисковой деятельности. Предпринимательский доход может быть получен двумя методами. Первый метод заключается в снижении индивидуальных издержек производства. Известно, что рыночная цена формируется на основе общественных издержек производства, общественно необходимо рабочего времени. Используя новшества, рискуя, предприниматели снижают свои индивидуальные издержки, доводя их до более низкого уровня по сравнению с общественными издержками производства и с теми бизнесменами, кто ведет воспроизводство стационарными методами. В следствие этого они получают кроме обычной прибыли еще и дополнительную прибыль, предпринимательский доход.

Второй способ предпринимательского дохода связан с тем, что предприниматель, имея более низкие индивидуальные издержки производства по сравнению с другими продавцами, может снизить цену реализации на свои товары. Продавая значительно большую массу товаров, он может, даже при более низкой цене, получить дополнительный доход.

Предпринимательский доход может быть получен, когда в результате нововведения производиться наиболее качественный товар. В таком случае предпринимательский доход может быть получен за счет более высокой цены и за счет большей массы продаваемого товара.

Предпринимательство неразрывно связано с менеджментом. Менеджмент может обеспечить реализацию основной цели – получение устойчиво оптимального размера предпринимательского дохода, - если его основные функции менеджмента (планирование, организация, оперативное управление, использование персонала, экономический контроль) будут ориентированы на стратегию развития, на на постоянные изменения внутри предпринимательских структур, на адаптацию к окружающей среде. Предпринимательство требует инноваций и риска. Основная задача менеджмента – управление сложной ситуацией.

Стратегический менеджмент инноваций требует, прежде всего, непрерывного анализа функционирования предпринимательских структур и их окружения. Анализ окружения производиться с целью определения своих шансов на успех от инновационной рисковой деятельности, с одной стороны, ухода или уменьшения неблагоприятного воздействия многочисленных видов риска на конечные результаты предпринимательской деятельности, с другой стороны. При этом производиться анализ как глобального, так и непосредственного предпринимательского окружения. К первому виду окружения относятся экономические, правовые, политические, социальные, технологические, региональные и другие рамки предпринимательской деятельности. Ко второму – поставщики, покупатели, потенциальные конкуренты, их возможности обновления продукции, интенсивность конкуренции, возможности промышленной кооперации и интеграции и т.д.

В соответствии со стратегией менеджмента разрабатывается соответствующая организационная структура фирмы, а также производится подготовка и определяется мотивационный механизм стимулирования ее персонала. И, наконец, необходимо иметь стратегический контроль, охватывающий весь экономический процесс. Таким образом, экономический процесс предпринимательства органично переплетается с менеджментом инноваций и риска.

**Глава II Экономические цели деятельности малого предприятия**

**2.1 Прибыльность предпринимательской деятельности**

Принципами экономического и социального управления предпринимательства являются прибыльность, эффективность, управление конкурентоспособностью предприятия и производимой продукции. Главным механизмом системы экономического и социального управления предпринимательской деятельности является целевая подсистема, состоящая из экономических функций получение и повышение прибыли, уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции. Они взаимосвязаны между собой и обуславливают друг друга.

Получение прибыли – непосредственная цель предпринимательской деятельности.

Прибыль – чистый доход, созданный в сфере материального производства.

Она может быть получена не только от основной предпринимательской, деятельности предприятий. Составными элементами ее могут быть:

- прибыль от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг),

- прибыль от прочей деятельности, например от реализации имущества предприятия,

- прибыль от внереализационных операций, например от сдачи имущества в аренду, получения дивидендов.

Суммарная величина прибыли по всем приведенным позициям называется валовой прибылью. В соответствии с предметом рассмотрения настоящего учебного пособия остановимся на изучении первого элемента прибыли. В экономике различают:

Балансовую прибыль, величина которой в отчетном периоде отражается в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках» обязательного финансового отчета предприятия.

Чистая прибыль остается в распоряжении предприятия.

Величина прибыли субъективно зависит от объема произведенной и реализованной продукции и суммы затрат на нее, а также цен, по которым производились продажи, являющиеся следствием соответственно доли рынка предприятия, сложившегося уровня его конкурентоспособности и конкурентоспособности произведенной продукции. Последние в свою очередь – результат влияния конъюнктуры внешней среды, т.е. объективного фактора.

**2.2 Конкурентоспособность предприятия.**

В рыночной экономике предприятие не может длительное время занимать устойчивые позиции, опираясь в своей стратегии только на показатель конкурентоспособности продукции. При вступлении на новые сегменты рынка, расширении производства, осуществлении инвестиций в целях его модернизации и обновления ассортимента продукции, улучшении ее качества необходима оценка конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной предпринимательской деятельности и ее практической прибыльности реализаций в условиях конкурентного рынка.

Несомненно, конкурентоспособность продукции во многом определяет конкурентоспособность самого предприятия, однако между этими понятиями имеются существенные отличия. Так, конкурентоспособность предприятия, отражающая его отличия от соперничающих с ним предприятий, применима к довольно длительному периоду, в то время как оценка конкурентоспособности продукции актуальна лишь в течение незначительного с точки зрения экономики промежутка времени. Поэтому в отличие от конкурентоспособности продукции, которая может изменяться в короткий срок, устойчивая конкурентоспособность предприятия достигается в течение длительного времени и может поддерживаться на протяжении длительного периода времени. Это связано с тем, что для достижения превосходства над конкурентами на соответствующем товарном рынке должен пройти хотя бы один цикл обновления продукции.

Кроме того, эффективность деятельности производителя оценивает не только потребитель, но и сам производитель, который, в конечном счете решает, выгодно ли для него в данных конкретных условиях заниматься производством именно такой продукции.

В зависимости от поведения предприятия на рынке различают четыре основных уровня конкурентоспособности предприятия.

Руководство предприятий первого уровня рассматривает функцию экономического управления как нечто внутренне нейтральное. Свою роль руководители предприятия видят в том, чтобы производить и продавать продукцию, не заботясь ни о каких сюрпризах для конкурентов и потребителей. При этом они уверенны в непревзойденном уровне конкурентоспособности своей продукции и безупречности работы своих сбытовых подразделений и службы маркетинга.

Предприятия второго уровня конкурентоспособности стремятся сделать свои производственные системы внешне нейтральными, т. е. полностью соответствующими стандартам, установленным их основными конкурентами. Такие предприятия стремятся максимально заимствовать все те технические приемы, технологии, методы организации производства и труда, что и ведущие предприятия отрасли.

На предприятиях третьего уровня конкурентоспособности система управления активно воздействует на производственные системы, т. е. производство поддерживается изнутри всеми другими подразделениями предприятия. Успех в конкурентной борьбе в данном случае становится не столько функцией производства, сколько функцией управления. Это может найти проявление в более экономичном аппарате управления, более высокой оперативности в принятии решений, в лучшей мотивации работников.

Предприятия, которым удалось достичь четвертого уровня конкурентоспособности, оказываются впереди конкурентов на многие годы. Их производственная система поддерживается извне. Эффективность ее определяется не столько влиянием внутренних факторов, включая управленческие, такими, как идеальное производственное клонирование или управление качеством, сколько внешними управленческими факторами: высоким качеством организации и эффективности функционирования системы управления. Это обеспечивает перспективный успех предприятию и долговременное превосходство его над конкурентами на рынке.

**2.3 Предпринимательский риск.**

Успех в достижении цели предпринимательской деятельности сопряжен с риском, связанным с конкурентной непредсказуемостью. Поэтому для предпринимателя важно обладать умением предвидеть и оценивать прогнозируемый ущерб в случае неудач.

Предпринимательский риск – вероятность возникновения неудач, материальных и иных потерь, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Происходят различные потери предприятия при наступлении рискового случая;

1. Материальные – непредусмотренные затраты или прямые потери материальных ресурсов в натуральном выражении;
2. Трудовые – потери рабочего времени, вызванные случайными или непредвидимыми обстоятельствами;
3. Финансовые – непредусмотренный денежный ущерб в виде неполучения, недополучения денег или их утраты;
4. Потери времени – происходят, когда процесс предпринимательской деятельности проходит медленнее, чем предполагалось;
5. Специальные виды потерь – нанесение ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, имиджу предпринимателя.
6. Особые потери – ущерб от воздействия непредвиденных факторов политического характера, например от снижения деловой активности людей, дисциплины труда, закононепослушание, нарушение дисциплины платежей и расчетов, отчуждение имущества и капитала.

Виды предпринимательского риска различают:

Систематический риски – характерны для всех видов предпринимательской деятельности и определяются состоянием рынка, общеэкономической и политической ситуацией. К ним относят: изменение процентных ставок, инфляция, изменение цен, политические риски.

Специфические риски – недополучение дохода, обусловленное финансовым и технико–экономическим состоянием отдельного предприятия. Среди рисков этой группы выделяют: производственные риски, коммерческие риски, финансовые риски, экономические риски.

Разработана следующая методика анализа предпринимательского риска.

1. Выявление факторов, обусловливающих повышение предпринимательского риска.
2. Экономическая оценка возможного ущерба вследствие возникновения каждого рискового случая.
3. Определение допустимого уровня риска для анализируемой предпринимательской деятельности.
4. Обнаружение факторов, определяющих сверхдопустимый уровень риска, и планирование проведения защитных мероприятий, в ходе которых оценивается финансовая доступность, экономическая целесообразность и эффективность их реализации.

Существует несколько способов уменьшения риска:

1. Привлечение к управлению предпринимательской деятельности грамотных менеджеров, работа с компетентными партнерами, компаньонами и консультантами;
2. Глубокая предварительная проработка решаемых работ;
3. Маркетинговая разведка и непрерывное прогнозирование конъюнктуры рынка;
4. Распределение риска между участниками и исполнителями предпринимательства;
5. Создание и использование резервных фондов на покрытие непредвиденных расходов, дополнительное финансирование, кредиты;
6. Страхование – передача определенных рисков страховой компании. Наиболее распространены имущественное страхование, страхование от несчастного случая, от всех видов предпринимательского риска,

# Глава III Деятельность малого предпринимательства в Казахстане

# 3.1. Особенности развития малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан

Необходимо признать, что в условиях трансформации экономики Казахстана в период «перестройки» и реформ малый бизнес сыграл весьма важную, в определенной степени системообра зующую роль в создании новой региональной и местной экономики: фактически сложившаяся территориальная специализация малого бизнеса позволила ему дополнить «большую» экономику и сформировать относительно це лостную, комплексную структуру хозяйства областей, городов и сельских районов.

Малые предприятия и в целом малый биз нес заняли нишу экономической деятельности максимально ориентированную на региональные и местные потребности. Они наиболее уверенно себя чувствуют в произ водстве товаров и услуг, которые в советский период находились в экономической и социальной тени крупной индустрии. В регионах Казахстана малый бизнес более чем на 80% ориентирован на внутрирегиональные рынки (а в торговле и строительстве более чем на 90% — на местные, то есть на городские и районные); и даже применительно к промышленности внутрирегиональная ориентация составляет более 70%.

Наибольшее число активных предприятий в региональном разрезе приходится на г. Алматы (29,3%), г. Астану (8,3%), а также на Восточно-Казахстанскую (8,2%), Южно-Казахстанскую (7,4%) и Алматинскую (6,6%) области. Другие регионы занимают: Акмолинская область - 8 место (5,0%) и Западно-Казахстанская – 12-14 места (2,7%)[[1]](#footnote-1).

По-прежнему сохраняется крайняя неравномерность в распреде лении зарегистрированных МП по областям и регионам Казахстана. На названные первые четыре лидирующих региона РК на 1 июля т.г. приходилось 58,7% зарегистрированных МП, 54,9% действующих и 53,2% общего числа активных Малых предприятий.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Таблица 1 - Количество предприятий малого бизнеса по регионам Республике Казахстан по состоянию на 1 июля 2008года\* | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  | |  | |  |  |  | | | |  |  | | |  |  | | | |
|  | Зарегистрировано | | В т.ч. действующие | | | | | Из них активные | | | | | | Занято | | | Реализация продукции и услуг | | | | |
| единиц | в %% к итогу | единиц | | в %% к итогу по РК | | в %% к зарег. | единиц | | | в %% к итогу по РК | в %% к зарег. | место среди регионов | тыс. чел. | | в %% к итогу | млн.  тенге | | | в %% к итогу | |
| Акмолинская | 4525 | 3,3 | 3265 | | 3,3 | | 72,2 | 2447 | | | 5,0 | 54,1 | 8 | 15,8 | | 3,2 | 6066,5 | | | 2,1 | |
| Актюбинская | 5200 | 3,8 | 4084 | | 4,2 | | 78,5 | 1667 | | | 3,4 | 32,1 | 10 | 31,0 | | 6,3 | 6865,7 | | | 2,3 | |
| Алматинская | 5992 | 4,3 | 4349 | | 4,5 | | 72,6 | 3240 | | | 6,6 | 54,1 | 5 | 22,9 | | 4,6 | 15699,9 | | | 5,3 | |
| Атырауская | 3539 | 2,6 | 3097 | | 3,2 | | 87,5 | 1362 | | | 2,8 | 38,5 | 11 | 18,9 | | 3,8 | 11322,6 | | | 3,8 | |
| Восточно-Казахстанская | 9184 | 6,6 | 6556 | | 6,7 | | 71,4 | 4062 | | | 8,2 | 44,2 | 3 | 41,3 | | 8,4 | 25595,0 | | | 8,7 | |
| Жамбылская | 4095 | 3,0 | 2852 | | 2,9 | | 69,6 | 1147 | | | 2,3 | 28,0 | 16 | 15,8 | | 3,2 | 4521,1 | | | 1,5 | |
| Западно-Казахстанская | 2945 | 2,1 | 2501 | | 2,6 | | 84,9 | 1339 | | | 2,7 | 45,5 | 12 | 21,8 | | 4,4 | 7189,6 | | | 2,4 | |
| Карагандинская | 8935 | 6,5 | 6489 | | 6,7 | | 72,6 | 2937 | | | 5,9 | 32,9 | 6 | 37,8 | | 7,7 | 17891,0 | | | 6,1 | |
| Костанайская | 5441 | 3,9 | 4208 | | 4,3 | | 77,3 | 2229 | | | 4,5 | 41,0 | 9 | 24,5 | | 5,0 | 15887,8 | | | 5,4 | |
| Кызылординская | 2658 | 1,9 | 2231 | | 2,3 | | 83,9 | 1353 | | | 2,7 | 50,9 | 13 | 8,7 | | 1,8 | 2903,0 | | | 1,0 | |
| Мангистауская | 3761 | 2,7 | 3062 | | 3,1 | | 81,4 | 1351 | | | 2,7 | 35,9 | 14 | 16,4 | | 3,3 | 8983,3 | | | 3,0 | |
| Павлодарская | 6745 | 4,9 | 5152 | | 5,3 | | 76,4 | 2774 | | | 5,6 | 41,1 | 7 | 21,9 | | 4,4 | 13700,2 | | | 4,6 | |
| Северо-Казахстанская | 3199 | 2,3 | 2620 | | 2,7 | | 81,9 | 1241 | | | 2,5 | 38,8 | 15 | 22,3 | | 4,5 | 9577,6 | | | 3,2 | |
| Южно-Казахстанская | 12615 | 9,1 | 8393 | | 8,6 | | 66,5 | 3677 | | | 7,4 | 29,1 | 4 | 32,6 | | 6,6 | 12455,8 | | | 4,2 | |
| г. Астана | 11046 | 8,0 | 9016 | | 9,2 | | 81,6 | 4078 | | | 8,3 | 36,9 | 2 | 39,2 | | 7,9 | 26003,5 | | | 8,8 | |
| г. Алматы | 48499 | 35,0 | 29596 | | 30,4 | | 61,0 | 14476 | | | 29,3 | 29,8 | 1 | 123,2 | | 24,9 | 111009,6 | | | 37,5 | |
| Итого по РК | 138379 | 100,0 | 97471 | | 100,0 | | 70,4 | 49380 | | | 100,0 | 35,7 |  | 494,1 | | 100,0 | 295672,2 | | | 100,0 | |

\*Агентство РК по статистике

Если по республике в целом к активным относится лишь 35,7% от числа зарегистрированных Малых предприятий, то в Акмолинской и Алматинской областях этот показатель составляет 54,1%, Кызылординской – 50,9%, в 4 областях этот показатель в интервале от 40 до 50%, еще в 3 областях и в г. Астане этот показатель выше среднереспубликанского уровня (от 35,9 до 38,5%), ниже среднего по стране уровня - в г. Алматы (29,8%), Жамбылской (28,0%), Южно-Казахстанской (29,1%) и Актюбинской областях (32,1%)[[2]](#footnote-2).

Данный показатель вполне мог бы быть принят за критерий общего самочувствия Малого бизнеса в областях, городах Алматы и Астана и эффективности его поддержки региональными и местными властями.

В качестве других критериев уровня развития МП в регионах могли бы быть выбраны: доля занятых на МП в общей численности занятых в экономике; доля МП в производстве валового регионального продукта; производство продукции (работ, услуг) на МП в расчете на душу населения.

В региональном разрезе наибольший удельный вес в общем доходе от реализации продукции (товаров, услуг) в первом полугодии т.г. приходится на предприятия малого бизнеса г. Алматы (37,5%), г. Астаны – 8,8%, Восточно-Казахстанской области – 8,7%, на остальные области приходится от 2,1 до 6,1% общего объема дохода.

В таблице 2 приведены показатели дохода по регионам Казахстана.

Таблица 2 – Распределение регионов по доходу от реализации продукции (товаров, услуг) за первое полугодие 2008 г. продукции (товаров, услуг)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Регионы | | Области, города | Удельный вес в общем  доходе, в % | |
| 1 | | 2 | 3 | |
| Центральный | | Акмолинская, Карагандинская | 8,1 | |
| Западный | Актюбинская, Атырауская, Западно-Казахстанская, Мангистауская | | | 11,6 |
| Восточный | Алматинская, Восточно-Казахстанская | | | 14,0 |
| Северный | Костанайская, Павлодарская, Северо-Казахстанская | | | 13,3 |
| Южный | Жамбылская, Кызылординская, Южно-Казахстанская | | | 6,7 |
| г. Астана | г. Астана | | | 8,8 |
| г. Алматы | г. Алматы | | | 37,5 |
| Итого по РК |  | | | 100,0 |

Количество МП на 1000 жителей является общепризнанным критерием развития малого предпринимательства.

Наиболее высокая предпринимательская активность населения отмечается в городах Алматы (12,2 предприятия на 1000 жителей) и Астана (7,9), а также в Мангистауской (3,8) и Павлодарской (3,7) областях. Наихудшие позиции у Жамбылской (1,2 активных малых предприятия) и Южно-Казахстанской (1,7) областей. По крестьянским хозяйствам значительно опережает другие области Южно-Казахстанская область – 45,2 действующих крестьянских хозяйства на 1000 жителей сельской местности. Относительно хорошие показатели у Алматинской (28,6), Восточно-Казахстанской (22,7) и Карагандинской областей (21 хозяйство). Отстают по данному показателю Кызылординская (3,0), Мангистауская (4,1), Атырауская (6,1) и Акмолинская (7,1), при среднереспубликанском уровне 21,8 действующих крестьянских хозяйства на 1000 сельских жителей[[3]](#footnote-3).

Как показывает опыт стран с развитой рыночной экономикой, а также некоторых восточноевропейских стран с переходной экономикой, развитие малого предпринимательства способствует решению ряда важных для поступательного социально-экономического развития страны задач, таких, как демонополизация, формирование рыночной струк туры экономики и конкурентной среды; насыщение рынка товарами и услугами; занятость и самозанятость; экономический рост и увели чение налоговых поступлений (при стабильной налоговой системе); формирование среднего класса; укрепление деловой этики, в том числе и налоговой дисциплины. Именно такие конечные цели изначально ставились при выработке государственного подхода в отношении поддержки развития малого бизнеса в Казахстане. Однако, как показывают результаты выше проведенного анализа, сегодня малый бизнес обрел именно те размеры, которые ему позволяет достичь современная структура экономики и иные сложившиеся по итогам ре форм экономические реальности, а его подъем на уровень выше этой «планки» мо жет быть достигнут в дальнейшем только посредством кардинальных со циально-экономических изменений и сменой самой парадиг мы развития страны. В связи с этим с боль шой долей уверенности можно утверждать, что заметный рост показателей малого бизнеса, достигнув определенных значений, замедлится, если не будут сняты ограничители его развития. Поэтому задача развития данного сектора по-прежнему должна оставаться одним из приоритетов эконо мической политики государства и ее решение невозможно в разрыве от других направлений реформирования экономики и без ко ординации усилий республиканских, региональных и местных властей.

**3.2. Проблемы малого и среднего предпринимательства**

И если нынешняя ситуация в строительстве и финансовой сфере имеет краеугольное значение лишь для определенной части казахстанских граждан, то для большинства казахстанцев более важен вопрос о питании, одежде и насущных повседневных услугах. Наличие которых на рынке обеспечивают отнюдь не банки и строительные корпорации, а предприятия малого и среднего бизнеса.

В развитых странах мира малый и средний бизнес давно называют мотором экономики. В бюджетах этих стран львиная доля приходится на поступления именно от предприятий МСБ. И, понятно, что правительства данных стран всячески стараются поддерживать и развивать такие предприятия.

У нас же то, что малый и средний бизнес нуждается в поддержке, поняли не сразу и не вдруг. Тем не менее, сейчас много делается для создания наиболее благоприятного климата. В частности, с 1 января 2008 года снижены процентные ставки по ряду налогов. Продолжается работа по совершенствованию законодательной базы. Однако остается еще много серьезных барьеров, преодолеть которые многим бизнесменам удается с трудом.

Роль малого бизнеса в экономике остается по-прежнему незначительной. Несмотря на то, что государственные чиновники любого уровня довольно часто повторяют о поддержке малого и среднего бизнеса, действия правительства, по ее мнению, говорят об обратном.

Создание на бюджетные деньги социально-предпринимательских корпораций в регионах направлено на подавление развития самостоятельного малого и среднего бизнеса, и поддержку только тех, которые войдут в СПК. То есть, правительство и местные органы власти сами хотят "рулить" бизнесом. На самом деле от государства требуется только формирование стратегии, правового поля и современной инфраструктуры для бизнеса, решение вопросов налогообложения, доступности кредитных ресурсов, контроль за соблюдением трудового и экологического законодательств. То есть все то, что можно назвать бизнес-средой.

Всемирный экономический Форум в 2007 году в очередной раз снизил рейтинг конкурентоспособности Казахстана (с 56 до 61) и отметил следующие препятствия для ведения бизнеса: коррупция, несоответствие квалификации работников, налоги, доступ к финансированию, недостаточное обеспечение инфраструктурой, бюрократические процедуры, криминалитет.

С этим трудно поспорить. Любой бизнесмен в своей повседневной работе постоянно сталкивается с этими проблемами. Одна растаможка товара чего стоит. Тут тебе и бюрократические процедуры, и недостаточное обеспечение инфраструктурой, и криминалитет. В связи с этим возникает вопрос, что же все-таки может помочь развитию отечественного малого и среднего бизнеса?

Экономисты считают, да и практика показывает, что чрезмерная зарегулированность препятствует развитию малого и среднего бизнеса, роль государства должна заключаться в поощрении конкуренции, а не вмешательстве в конкурентную среду в виде одного из игроков. Главное, что может сделать правительство, - это создать наиболее благоприятную бизнес-среду. Устранить коррупцию, так как она является главным препятствием для развития конкурентной среды. Ожидать, что бизнес-среда улучшится, если растет уровень коррупции - утопия.

Взаимодействие власти и бизнеса на сегодняшний день заключается в том, что чиновники любого уровня "крышуют" тот или иной бизнес. Необходима независимая оценка деятельности и продуктивности государственных органов, выполняющих контрольно-надзорные функции. Нужны единые требования к правилам проведения различных проверок. Как результат следует рассматривать не количество штрафных санкций, выставленных предприятиям МСБ, а улучшение условий для их деятельности. В связи с вышесказанным приходят на ум мысли об иностранных партнерах и инвестициях. Может они сумеют как-то позитивно повлиять на развитие нашего МСБ?

Думая об этом, следует различать отрасли экономики, которые представляют интерес для иностранных инвесторов. Возможно, деятельность предприятий малого и среднего бизнеса, обслуживающих добывающий сектор имеет больше шансов для инвестиций. Другие секторы вряд ли будут им интересны. Сейчас у нас нет ясных критериев для отнесения предпринимателей к категории "малых", учитывающих отраслевые факторы. В этой связи следует разработать критерии для производственных малых предприятий по отраслям экономики и предусмотреть формы их поддержки. В зарубежных странах определение критериев малого бизнеса, форм и методов его государственной поддержки осуществляется на основе отраслевой принадлежности предприятий, и это представляется разумным.

Получается, что на иностранных братьев по разуму надежды маловато. Придется развиваться самим. И потому очень хотелось бы знать, что ждет в ближайшем будущем нашу экономику.

В Центре Анализа общественных проблем считают, что события, произошедшие в последнем квартале 2007 г. будут оказывать влияние на ближайшие тенденции в экономике в 2008-2010 гг. Правительство столкнулось с серьезными вызовами: ростом инфляции, проблемами в банковском и строительном секторе.

Инфляция сохраняется на высоком уровне, деньги дорожают, процентные ставки растут, что сказывается на снижении деловой активности, потребительских расходах.

Меры, принимаемые Правительством для решения этих проблем неадекватны и могут привести к временной стагнации, а в дальнейшем - к рецессии. Имеется в виду решение за счет бюджета кредитовать на 4 млрд. долларов строительный сектор, банки, малый и средний бизнес.

При этом многие экономисты сходятся в одном, что в 2008 г. экономика еще может балансировать на грани экономического спада, а далее мы неизбежно придем к кризису, о котором так много говорят.

Если правительство, как и прежде, будет руководствоваться иллюзиями и вкладывать деньги в "прорывные" проекты "Казыны", СПК и другие амбициозные "проекты века", то долго это не продолжится и приведет к тому, что Казахстан станет одной из тех стран, которые называют *"failure state"*.

Отрадно и то, что экономисты считают - девальвация нам в ближайшее время не грозит. Так как в последние годы из-за значительного притока валюты из-за рубежа: от экспорта ресурсов, заимствования банков, компаний, - тенге укреплялся по отношению практически ко всем валютам стран-торговых партнеров - доллару, евро, рублю.

Например, самый дешевый тенге был в 2002 г.: среднегодовой обменный курс стоял на отметке 153,3 тенге за доллар, тогда как 2008 г. мы встретили с курсом 121 тенге за доллар.

Замедление темпов притока валюты из-за рубежа снизит давление на обменный курс тенге, к тому же рост инфляции тоже будет сказываться на его обесценивании. Учитывая, что предстоят значительные выплаты банковских долгов зарубежным кредиторам (а правительство пообещало поддержать их), нужно полагать, что сейчас невыгодно проводить девальвацию. Ведь внешний долг удобно выплачивать при дорогом тенге: когда банки скупают на валютном рынке доллары, им выгоднее отдавать за них меньшее количество тенге.

Остается добавить - да будет так. И, если будет, то может быть нашим малым и средним предприятиям удастся удержаться на плаву, а большинству из нас - на грани приличного уровня жизни.

**3.3. Принципы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства**

Государственная поддержка малого предпринимательства в Казахстане основывается на республиканском законодательстве. Ре гионам же предоставляются небольшие возможности в рамках своей компетен ции конкретизировать общие установки, адаптировать их к регио нальным условиям функционирования малого предпринимательства. В настоящее время регионы вправе разрабатывать и принимать региональные программы развития малого бизнеса, создавать специальные фонды для его поддержки, определять и изыскивать для них дополнительные источники финансирования. Региональные власти могут так же привлекать МП к участию в региональных госзаказах. Однако, указанных полномочий недостаточно, поэтому в дальнейшем региональным и местным властям должна быть предоставлена большая свобода для регулирования всех сторон деятельности МП. Так, необходимо разрешить регионам в дополнение к приоритетам, установленным на республиканском уровне, определять собственные отраслевые приоритеты в развитии малого предпринимательства. Особенно важно передать в руки регионов один из важнейших инструментов стимулирования предпринимательства в малом секторе - регулирование ставок некоторых налогов. В качестве примера можно привести опыт России, где в соответствии с федеральным законодательством регионы вправе устанавливать свои собственные ставки единого налога в части, зачисляемой в региональный и местный бюджеты, самостоятельно регулировать и размеры единого налога на вмененный доход, а также устанавливать льготы по налогообложению фондов поддержки малого предпринимательства, инвестиционных и лизинговых компаний, кредитных и страховых организаций, а также других организаций, создаваемых в целях оказания услуг субъектам малого предпринимательства.

В связи с тем, что дальнейшее совершенствование системы государственного управления в РК связывается с передачей ряда функций центральных органов местным исполнительным органам, в том числе и по непосредственной поддержке малого предпринимательства.

В настоящее время законодательно-нормативная база, регулирующая развитие малого предпринимательства в Казахстане, включает более 100 документов, которые по своему содержанию и направленности могут быть отнесены к следующим пяти группам:

- документы декларативного характера (законы, указы, постановления, концепции, программы, соглашения и др.);

- документы по институциональному обеспечению развития малого предпринимательства - определяющие функции органов государственного управления в части регулирования названной сферы, а также по вопросам развития инфраструктуры;

- налоговое законодательство;

- документы по развитию малого предпринимательства в регионах, сферах деятельности и отраслях экономики;

- международные договоры и соглашения.

Стержневым и консолидирующим общегосударственным актом в перечисленном списке документов является Закон РК «О государственной поддержке малого предпринимательства».

В отношении государственных программ поддержки малого предпринимательства, являющихся основным инструментом реализации государственной политики в этой сфере можно сказать следующее. Они формируются исходя из принципа преемственности по отношению к предыдущим государственным программам поддержки и развития предпринимательства. Всего за годы суверенитета Казахстана принято и реализовывалось 5 государственных программ - на 1992-1994, 1995-1996, 1999-2000, 2001-2002 и 2004-2006 годы.

**Заключение**

Одной из трудностей при изучении предпринимательской деятельности является то, что она состоит из целого ряда разнообразных и разносторонних тем, которые взаимосвязаны между собой. Другая трудность состоит в том, что изучаемый предмет предпринимательство весьма динамичен. Для преодоления этих преград рекомендуется быть в курсе самых последних новостей в этой области путем интенсивного чтения дополнительной литературы.

Все предприятия, осуществляющие одну и туже предпринимательскую деятельность, находятся в неравных условиях, так как в процессе они используют ресурсы разного качества. И при одной и той же цене на произведенную продукцию, определенную рыночным отношениями, предприятия имеют различные финансовые результаты.

Перед предпринимательством в Казахстане стоит целый ряд проблем: недостаточная ресурсная база, несовершенство законодательной базы, отсутствие системы глубокого анализа деятельности предприятий, но, зная причины возникновения, все их можно решить.

Одним из решающих направлений развития экономики Казахстана является структурная перестройка, призванная обеспечить, в частности, развертывание сети малых предприятий. Роль этого сектора велика, поскольку он способствует рыночно ориентированному выпуску инвестиционных и потребительских товаров, а в конечном счете обеспечивает рост ВВП, доходов бюджетов и занятости, решение других социально – экономических проблем.

Малый бизнес, продолжая развиваться, сталкивается с многочисленными проблемами. Важнейшими задачами при этом остаются: реформирование налогообложения, совершенствования правовой базы, улучшение условий производства и сбыта продукции, защита субъектов малого бизнеса от преступных посягательств, всемирная финансовая поддержка малых предприятий.

Малым предприятиям трудно пробиться на рынок, занять там достойное место и выжить, но их главным преимуществом является гибкость и мобильность т. е. умение своевременно и легко адаптироваться к непредсказуемым рыночным процессам.

В отношении государственных программ поддержки малого предпринимательства, являющихся основным инструментом реализации государственной политики в этой сфере можно сказать следующее. Они формируются исходя из принципа преемственности по отношению к предыдущим государственным программам поддержки и развития предпринимательства. Всего за годы суверенитета Казахстана принято и реализовывалось 5 государственных программ - на 1992-1994, 1995-1996, 1999-2000, 2001-2002 и 2004-2006 годы.

Правительство должно продолжить последовательную работу по стимулированию конкурентоспособности малого и среднего бизнеса. Надо поддержать работу микрокредитных организаций, в том числе за счет средств государства. Они оказывают поддержку сотням тысяч наших граждан в создании своего дела. Надо продумать меры по повышению доступности микрокредитования и созданию новых рабочих мест для большего количества казахстанцев.

Развитый предпринимательский сектор – это основа экономики любой страны.

В этой связи, в рамках административной реформы поручаю Правительству решительно снизить административную нагрузку на бизнес, провести дальнейшее упрощение разрешительной системы, прежде всего лицензирования, сертификации, аккредитации. (Послание Президента РК от 08.02.2008г.)…

**Список использованной литературы**

1. Казахстан-2030. Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев: Послание Президента страны народу Казахстана. - Алматы: «Білім». – 1997.
2. Послание Президента РК от 08.02.2008г.
3. О защите частного предпринимательства. Закон Республики Казахстан от 4 июля 1992. // Сборник законодательно-правовых актов «Малый и средний бизнес: Законодательство Республики Казахстан. Алматы. 1999.
4. О государственной поддержке малого предпринимательства. Закон Республики Казахстан от 19 июня 1997 г. № 131-1 // Сборник законодательно-правовых актов «Малый и средний бизнес: Законодательство Республики Казахстан. Алматы. 1999.
5. О приоритетах и региональных программах поддержки и развития малого предпринимательства в Республике Казахстан. Указ Президента Республики Казахстан от 7 июля 1997 г. №3589. // Сборник законодательно-правовых актов «Малый и средний бизнес: Законодательство Республики Казахстан. Алматы. 1999.
6. Мамыров Н.К., Ихданов Ж. Государственное регулирование экономики в условиях Казахстана (теория, опыт, проблемы). Алматы: Экономика, 1998.
7. Мамыров Н.К. Экономика Казахстана на пороге ХХ1 века. Алматы. Экономика. 1999.
8. Кошанов А.К., Мухамеджанов Б.Г., Бектемисова С.Т. Формирование частного предпринимательства в условиях перехода к рынку (на примере Республики Казахстан). Алматы: Институт экономики ПАН РК, Конгресс предпринимателей Казахстана, - Алматы, 1995.
9. Кенжегузин М.Б. Региональная политика Республики Казахстан: экономический механизм реализации. Алматы, 1998.
10. Шувалова Г. « Основы предпринимательства». Учебное пособие. Караганда: КарГТУ, 2000 – 106 с.
11. Тукаев А. « Анализ развития малого бизнеса в Казахстане». Журнал Аль-Пари с.69 №2 1998
12. Лапуста М. Г., Старостин Ю. Л. « Малое предпринимательство». – М.: ИНФРА - М, 1998-320 с.
13. Окаев К. О., Смагулова Н. Т., Бикетова Е. Б., Абдулина З. Т. «Предпринимательство в Республике Казахстан». – Алматы: Экономика, 2000-102 с.
14. Горфинкель В. Я., Поляк Г. Б., Швандар В. А. «Предпринимательство». Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998-475 с.
15. Петров М. Н. « Основы экономики и предпринимательства». Учебник. Москва-Санкт-Петербург. Издательский дом Герда, 2002-322 с.

1. www.regulator.kz [↑](#footnote-ref-1)
2. www.stat.kz [↑](#footnote-ref-2)
3. www.minfin.kz [↑](#footnote-ref-3)