Министерство транспорта Российской Федерации.

Федеральное агентство железнодорожного транспорта

Государственное учреждение высшего профессионального образования

Омский государственный университет путей и сообщения

Кафедра «Экономика»

Проблема развития малого бизнеса в России и мировой экономике

Курсовая работа

По дисциплине «Микроэкономика»

Выполнила

Студентка группы 59Д

Ферингер Диана Викторовна

Руководитель

к. п. н., доцент

Т.Б. Суржикова

Омск 2010г.

Содержание

Введение

Глава 1. Понятие малого бизнеса и его роль в экономике

1.1 Понятие, функции, критерии малого бизнеса

1.2 Роль малого бизнеса в экономике

Глава 2. Анализ проблем и перспектив развития малого бизнеса в современной России

2.1 Развитие и становление малого бизнеса

2.2 Основные тенденции, проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России

Заключение

Библиографический список

Введение

В последние годы одним из наиболее актуальных направлений экономического роста является развитие малого бизнеса. Для России, находящейся на начальном этапе развития рыночных отношений, развитие малого бизнеса должно стать основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике. Однако процесс становления в различных сферах общественной жизни в России идет пока очень медленно. Несмотря на трудности и неудачи, малый бизнес развивается, набирает темпы роста, решая экономические, социальные, научно-технические проблемы. Эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

Актуальность темы курсовой работы обусловлена той ролью, которую играет малый бизнес во всех экономически развитых странах. Россия не является в этом смысле исключением, так как развитие малого бизнеса поможет России решить некоторые вопросы, связанные с выводом экономики из кризиса. Малый бизнес в России может выполнять различные функции, поэтому государственные органы управления должны поддерживать развитие малого бизнеса в России.

Цель данной курсовой работы: исследовать проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России на современном этапе.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Раскрыть понятие, функции, критерии малого бизнеса в экономике государства;
2. Выявить основные этапы развития и становления малого бизнеса в России и за рубежом;
3. Проанализировать основные тенденции, проблемы и перспективы развития малого предпринимательства в современной России;

Основой для исследования послужили работы: Малый бизнес. Организация, экономика, управление / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара., Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство.

Наиболее актуальными источниками для написания работы стали периодические издания за 2007-2010 гг., в которых даны самые свежие данные по исследуемой проблеме, среди них: ЭКО, Экономист, Вопросы экономики, Российский внешнеэкономический вестник, Экономика и управление и другие.

ГЛАВА 1 ПОНЯТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА И ЕГО РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ

1.1 Понятие, функции, критерии малого бизнеса

С переходом экономики России на рыночные отношения, а в связи с этим и началом развития малого бизнеса в нашей стране в научную литературу и официальные документы прочно стали входить такие понятия, как «малый бизнес», «малые предприятия», «предприниматели малого бизнеса», «предпринимательство и малый бизнес» и другие. К сожалению, многие эти понятия не унифицированы и поэтому в научной литературе трактуются далеко не однозначно.

Термин «бизнес» имеет английское происхождение и в языке оригинала означает дело, деятельность, занятие. Бизнес — самостоятельная, осуществляемая на свой страх и риск и под личную имущественную ответственность деятельность отдельных граждан, направленная на получение прибыли или экономической выгоды в иной форме. В большинстве определений подчеркивается, что бизнес — деятельность частных лиц и организаций, т.е. бизнес основан на частной, негосударственной форме собственности. При этом все же не следует отрицать наличие государственного малого бизнеса.

К малому предприятию относится коммерческая организация в любой сфере деятельности, которая по своим критериям, установленным государством, относится к малому бизнесу. Предприниматели без образования юридического лица (ПБЮЛ) также относятся к малому бизнесу.

Существует немало подходов к определению сущности понятия «малый бизнес», а общепринятая трактовка варьируется в зависимости от субъективного восприятия автора терминологической трактовки, государственной и отраслевой принадлежности малого предпринимателя и многих других факторов.

Современные экономисты практически отождествляют понятия: «предприниматель», “малый бизнес”, “малое предпринимательство”, в свою очередь, рассматривая “большой бизнес”, как явление экономической жизни, базирующееся на иных принципах организации дела. Малым предпринимательством (малым бизнесом) признается деятельность, осуществляемая определенными субъектами рыночной экономики, имеющими установленные законом признаки, конституирующие сущность этого понятия. Как показывает мировая и отечественная практика, основным критерием, на основе которого предприятия (организации) различных организационно-правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, является средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии (в организации). В ряде научных работ под малым предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая относительно небольшой группой лиц, или предприятия, управляемые одним собственником.

Как правило, в качестве наиболее общих критериев отнесения организации к малому бизнесу относятся:

* численность персонала;
* размер уставного капитала;
* величина активов;
* объем оборота (прибыли, дохода).

Основной федеральный закон РФ, в котором прописаны рамочные критерии отнесения юридического или физического к сектору малого предпринимательства в Российской Федерации, был принят 24 июля 2007 года и называется Федеральный закон 209-ФЗ "О поддержке малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации". В соответствии с этим законом, в России основными критериями отнесения к малому бизнесу служат численность персонала предприятия и выручка. Так, фирма, на которой занято менее 15 человек, считается микропредприятием, от 16 до 100 человек – малым предприятием, а фирмы с персоналом более 100 человек переходят в разряд среднего бизнеса. Согласно определённым законом финансовым критериям, фирма с годовым оборотом менее 60 млн. рублей относится к микропредприятиям, от 60 до 400 млн. рублей – к малым, и более 400 млн. рублей – к средним предприятиям.

В мировой практике для отнесения предприятий к малым используется более 50 критериев. Но наиболее часто в отдельных странах применяются следующие:

• средняя численность занятых на предприятии работников;

• ежегодный оборот предприятия, полученный за год;

• величина активов.

Из всех критериев, которые используются в мировой практике, наиболее простым, объективным считается среднесписочная численность работающих. Все остальные критерии (величина активов, товарооборот, объем реализации и другие), выраженные в стоимостном измерении, менее объективны и достоверны. Их недостатки проявляются и в том, что в условиях инфляции, особенно гиперинфляции, их необходимо часто корректировать с учетом этого явления. Наряду со средней численностью персонала критериями отнесения к малому предпринимательству выступают объем оборота (прибыли, дохода), величина активов, размер уставного капитала и другие.

Международная организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в которую входят развитые страны, определяет предприятия с числом до 19 человек как «весьма малые», до 99 человек как «малые», от 100 до 499 человек как «средние» и свыше 500 как «крупные». Широко используемые за рубежом термины «малый бизнес», «малая организация» охватывают различные типы и разновидности предпринимательства. В качестве критериев отнесения организации к этому разряду используются величина капитала и объем продаж (Великобритания, Италия, Япония), немонополистическое положение на рынке (США), независимое или зависимое положение в крупной производственной структуре (Япония) и т.д.

В российской практике существование малого предпринимательства было разрешено в 1988 г., в этот период к числу малых относили государственные предприятия, на которых среднее число ежегодно занятых не превышало 100 человек. В соответствии с постановлением Совета Министров СССР, принятым в августе 1990 г., к числу малых стали относить предприятия с числом ежегодно занятых, не превышающим: в промышленности - 200 человек, в науке и научном обслуживании - 100 человек, в других отраслях производственной сферы - 50 человек, в отраслях непроизводственной сферы - 25 человек, в розничной торговле - 15 человек. Наряду с этим учитывался и объем хозяйственного оборота, право на определение количественного значения которого предоставлялось союзным республикам. Однако величина хозяйственного оборота практически так и не была установлена. Принцип отнесения предприятий к малым по численности работников сохранился и в современном российском законодательстве.

В соответствии с Федеральным законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» от 14 июня 1995 г. № 88-43 под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

* в промышленности, в строительстве, на транспорте - 100 человек;
* в сельском хозяйстве и научно-технической сфере - 60 человек;
* в оптовой торговле - 50 человек;
* в розничной торговле и бытовом обслуживании населения - 30 человек;
* в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности - 50 человек.

Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критерию того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или в годовом объеме прибыли.

Если рассматривать расширенное понятие малого бизнеса, он представляет собой мобильную совокупность юридических и физических лиц - малых предпринимателей, не являющихся составной частью монополистических структур и играющих по сравнению с ними второстепенную роль в экономике государства. В более узком смысле малый бизнес представляет собой коммерческое частное предприятие, отвечающее индивидуальным для каждого государства и отрасли критериям, прописанным в соответствующих регламентирующих документах государственной важности.

Также существует более широкое понятие - «предпринимательство», которое подразумевает целенаправленную рисковую деятельность физического или юридического лица, основной целью которой является максимизация прибыли за счёт производства и продажи товаров, выполнения разного рода работ и оказания услуг.

В ряде научных работ под малым бизнесом понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником. Для того чтобы наиболее полно раскрыть сущность понятия «малый бизнес», выделим основные социальные и экономические функции.

Экономические функции малого бизнеса:

* Придает рыночной системе необходимую гибкость (активизация структурных сдвигов, процессов разгосударствления и приватизации).
* Формирует конкурентную среду (региональные и местные рынки, огранивает монополии и толкает их на рационализацию своего производства путем создания дочерних предприятий).
* Ускоряет НТР (организация мелкосерийного и опытного производства, поиск, разработка и внедрение новых идей). По данным Института стратегического анализа и развития предпринимательства, малые фирмы США производят в четыре раза больше новинок в расчете на одного занятого, чем крупные предприятия, а затраты на одного занятого у них вдвое ниже. К примеру, концерн General Electric связан более чем с 200 исследовательскими компаниями, которые в основном работают на него. Ежегодный объем капиталовложений венчурных фондов США оценивается в 3-4 млрд. долл.
* Мобилизует сырьевые, людские и финансовые ресурсы.
* Обеспечивает рост налоговых поступлений.

Социальные функции малого бизнеса:

* Обеспечивает рост занятости.
* Снижает социальную напряженность.
* Стабилизирует уровень доходов населения.

Развитие производства предприятий малого бизнеса создает благоприятные условия для оздоровления экономики, поскольку развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, активнее идет структурная перестройка, расширяется потребительский сектор. Кроме того, развитие малого бизнеса ведет к насыщению рынка товарами и услугами, к повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

1.2 Роль малого бизнеса в экономике

Субъекты малого бизнеса объективно существуют и развиваются как относительно самостоятельный сектор современной рыночной экономики. Малые предприятия имеют важное социально-экономическое значение, так как обеспечивают социальную и политическую стабильность, способны смягчать последствия структурных изменений, быстрее адаптируются к меняющимся потребностям рынка, вносят значительный вклад в региональное развитие, конструируют и используют технические и организационные нововведения [7; с. 22].

С экономической стороны роль и значение малого бизнеса можно определить с помощью таких показателей, как:

• доля валового внутреннего продукта (ВВП), создаваемого в малом бизнесе;

• доля национального дохода, создаваемого в малом бизнесе;

• доля мелких предприятий в общем количестве коммерческих предприятий;

• доля трудоспособного населения, занятого в малом бизнесе;

• доля малого бизнеса в экспорте продукции;

доля налогов, поступающих от малого бизнеса, в их общей величине;

• доля основного капитала, функционирующего в малом бизнесе;

• доля отдельных видов продукции или услуг, производимых малым бизнесом, в общем их объеме. С увеличением значений этих показателей, естественно, возрастает роль малого бизнеса в экономике страны.

Например, в США на малые фирмы приходится 54% всех занятых, 45% всех активов, 35% чистого дохода; в странах ЕС на малых предприятиях трудится свыше 70% работающего населения; в Японии на хозяйственные единицы с числом занятых до 300 человек (это 99,5% всех предприятий) приходится 78% занятых, 51,8% продаж, 56,6% условно чистой продукции в обрабатывающих отраслях промышленности. Доля малых предприятий в ВВП США составляет 52%, в странах ЕС - 67%, Японии - 55%.

Необходимо отметить, что в бывшем СССР не уделялось должного внимания развитию малого бизнеса, а приоритет отдавался крупным и средним предприятиям, что привело в конечном итоге к монополизации промышленного производства. С переходом на рыночные отношения это стало существенным тормозом для развития национальной экономики.

Малый бизнес в Российской Федерации стал развиваться с 1998 г., но особенно интенсивно - с 1990 г. На начало 2004 г. уже насчитывалось 890,9 тыс. малых предприятий. Число малых предприятий в России на начало 2007 года превысило один миллион, увеличившись за год на пять с половиной процентов. В 2008 г. число малых предприятий на конец года составлял 1347,7 тыс. [16]. На фоне резкого изменения условий функционирования российской экономики под влиянием мирового финансового кризиса и его распространения на реальный сектор экономики с IV квартала 2008 г. фиксируется постепенное сокращение числа рабочих мест на малых предприятиях. Численность занятых с начала года уменьшилась на 475,4 тыс. человек и на 1 апреля 2009 г. составила 5,7 млн человек. Уровень занятости в малом бизнесе существенно дифференцирован по территории России и оказывает серьезное влияние на ситуацию на региональных рынках труда. Наиболее значительное сокращение занятости на малых предприятиях по итогам I квартала 2009 г. зафиксировано в Южном (164,4 тыс. человек), Северо-Западном (143,9 тыс. человек), Приволжском (111,2 тыс. человек) и Сибирском (106,1 тыс. человек) федеральных округах. В Уральском и Дальневосточном федеральных округах, для которых характерны более высокие показатели уровня занятости в малом бизнесе, численность занятых увеличилась, соответственно, на 41,3 и 13,1 тыс. человек. Анализ распределения числа зарегистрированных малых предприятий по видам экономической деятельности показывает, что в промышленности в I квартале 2009 г. число зарегистрированных малых предприятий составило 40,2 тыс., т.е. сократилось с начала года почти на 6 тыс. А это привело в результате к сокращению числа рабочих мест на 55,9 тыс. человек. При снижении деловой активности в экономике, усилении спада инвестиций в основной капитал и уменьшении объемов работ в строительстве в I квартале 2009 г. число занятых на МП в строительстве сократилось на 141,0 тыс. человек. Отметим, что в соответствии с Программой антикризисных мер принятие закона, позволяющего образовательным и научным организациям создавать малые предприятия, частично разрешит проблему трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования, а также будет способствовать распространению практики целевой контрактной подготовки студентов старших курсов на основе договоров с предприятиями.

Развитие малого бизнеса в России имеет большое народнохозяйственное значение в силу следующих обстоятельств:

• мелкий бизнес позволяет заполнить все российские рынки и наиболее полно удовлетворять потребности населения в товарах и услугах;

• для создания мелких фирм не требуются крупные инвестиции и длительный срок их сооружения;

• развитие мелкого бизнеса - это одно из действенных направлений антимонопольной политики и обеспечения конкурентной среды;

• мелкие предприятия проще в управлении, им не требуется создавать сложные управленческие структуры;

• мелкие фирмы могут быстрее и дешевле перевооружаться, внедрять и апробировать новую технологию, проводить частичную или полную автоматизацию производства, достигать оптимального сочетания автоматизированного и ручного труда;

• развитие мелкого бизнеса позволяет в значительной степени решить или смягчить проблему безработицы;

• с развитием мелкого бизнеса появляется средний класс и класс мелких собственников, заинтересованный в стабилизации экономики и наведении элементарного порядка в стране;

• малый бизнес отличается от среднего и крупного бизнеса прежде всего гибкостью и восприимчивостью к конъюнктуре рынка, быстрее реагирует на спрос потребителей;

• в современных условиях Российской Федерации, когда процесс становления малого бизнеса находится на начальном этапе, его дальнейшее развитие в количественном и качественном плане является важнейшим фактором поступательного подъема национальной экономики.

Социальная значимость малого бизнеса имеет разноплановый характер. В результате развития малого бизнеса она проявляется по следующим направлениям:

• более полное удовлетворение потребностей граждан в продукции и услугах;

• улучшение качества обслуживания;

• более высокая удовлетворенность людей, особенно высокообразованной рабочей силы, своим трудом, рассматривающих свою работу, прежде всего, как средство самовыражения;

• формирование среднего класса в обществе как основы для развития экономики и повышения жизненного уровня граждан;

• формирование многочисленного класса мелких собственников, которые в наибольшей степени заинтересованы в обеспечении порядка и стабильности в обществе и экономике;

• снижение забастовок и социальной напряженности в обществе.

Подводя итог вышеизложенному, следует сказать, что под малым бизнесом (малым предпринимательством) признается деятельность, осуществляемая определенными субъектами рыночной экономики, имеющими установленные законом признаки, конституирующие сущность этого понятия. В мировой практике для отнесения предприятий к малым используется более 50 критериев. В России основными критериями отнесения к малому бизнесу служат численность персонала предприятия и выручка.

Малый бизнес выполняет ряд важнейших экономических и социальных задач. Помимо налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, малый бизнес развивает экономический сектор, создает дополнительные рабочие места, способствует конкуренции.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

2.1 Развитие и становление малого бизнеса

Становление малого бизнеса России началось со второй половины 1980-х гг. через арендные отношения, индивидуальную трудовую деятельность и новые кооперативы.

За это время малый бизнес в своем развитии прошел несколько этапов.

На первом этапе (1985-1992 гг.) он развивался в основном в виде кооперативов, главной сферой деятельности которых были мелкооптовая и розничная торговля и услуги. Кроме того, возникало большое число кооперативов при крупных государственных предприятиях и в сфере науки. С этого времени начались приватизация и акционирование в государственном секторе промышленности и разукрупнение государственных заводов на группы малых предприятий.

Второй этап (1992-1994 гг.) характеризуется количественным ростом малых частных предпринимателей, являющихся полными собственниками своего дела, на основе малой приватизации сферы торговли и услуг. Появился и новый вид деятельности – «челночный бизнес», получивший широкое распространение по всей стране.

Современный, третий этап развития малого бизнеса начался с 1995 г. В этот период ввиду отсутствия институциональной сферы эффективного развития происходило снижение темпов увеличения числа субъектов малого бизнеса [19; с. 129].

Мировой опыт развития малого бизнеса свидетельствует о том, что «ставка» на него была сделана в начале ХХ в. (в период Великой депрессии) с целью выхода из экономического кризиса. Это своего рода тактическое отступление от практики крупного бизнеса стало отражением реальной ситуации – отсутствия адекватного рынку механизма управления крупной корпоративной собственностью.

Отступление к малому бизнесу в различных странах имеет свои особенности. Страной-лидером в этой среде оказалась Япония, менее всего подверженная воздействию мирового кризиса, поскольку широкая сеть единоличных, семейных и других малых хозяйств, функционирующих вокруг крупных японских компаний и подпитывающих их своей деятельностью, помогла последним выстоять, в то время как преобладающая крупная кооперативная собственность в Америке разрушалась под воздействием кризиса. Это обстоятельство побудило американцев позаимствовать опыт малого бизнеса у Японии.

Если в Америке распадающаяся крупная собственность сразу же переходила в руки мелких предпринимателей, то в Европе под влиянием коммунистических идей она была национализирована в госсектор. А когда госсектор не справился с управлением, правительства европейских стран вынуждены были проводить реприватизацию в мелкий бизнес [19; с. 129].

Малый бизнес на данном этапе развития мировой экономики выгоден и государствам: во-первых, частная собственность в нем постепенно трансформируется в трудовую частную; во-вторых, малый бизнес играет определенную роль в повышении производительности труда; в-третьих, он может обойтись без адекватного рынку внутреннего экономического механизма, поскольку сам работает в режиме экономии; в четвертых, он практически не подвержен бюрократии; в-пятых, разорение мелких предприятий общество переживает менее болезненно. В США ежегодно разоряется и перепрофилируется четвертая часть предприятий малого бизнеса, нарождаются новые, но национальная экономика от этого только крепнет. Опираясь на кооперированные связи с малыми предприятиями, крепнут и крупные компании.

Не имея равноценного рынку механизма корпоративного управления, крупные национальные и транснациональные компании решают свои проблемы за счет малого бизнеса.

По данным Всемирного банка, из вновь образованных малых организаций через год продолжают свою деятельность примерно 50% компаний, через 3 года – 8%, а через 5 лет – не более 3%. Динамика образования и выбытия малых организаций является определенным компенсационным механизмом, смягчающим резкие колебания конъюнктуры рынка для страны в целом, предупреждающим более разрушительные их последствия. Однако количество вновь создаваемых фирм, как правило, превосходит число ликвидированных, что говорит об абсолютном увеличении числа предприятий малого бизнеса в экономике каждой страны.

В настоящее время в развитых странах существуют три модели развития малого предпринимательства:

* стабилизация объемов деятельности с последующим сохранением статуса малого бизнеса;
* медленное расширение деловой активности;
* быстрое развитие малых организаций и превращение их в средние, а затем и в крупные компании.

Преимущество малых организаций состоит в том, что многие из них оказались более приспособленными к периодически возникающим кризисам. Крупные фирмы менее чувствительны и недостаточно быстро реагируют на какие-либо колебания или изменения в экономике. Неслучайно в своей экономической политике правительства Германии, США и многих других развитых капиталистических стран отводят особое место оказанию помощи малому бизнесу. Малые организации стали своеобразным индикатором общего состояния экономики. Небольшие организации наиболее чутко реагируют на изменение хозяйственной конъюнктуры, падение или повышение нормы прибыли в различных отраслях. В малых организациях отмечается более высокая эффективность труда. Они с меньшими затратами удовлетворяют потребности в дефицитных видах товаров и услуг на основе разработки местных источников (сырья), обеспечивая относительно более высокую занятость.

В историческом плане период становления малого бизнеса в современной России относительно недолог. Практика перехода от командной системы к рыночной оказалась более сложной и многообразной, чем предусматривалось в соответствующих теоретических разработках. Создание и развитие малых предприятий происходило с большими трудностями. Эти процессы осложнялись нестабильностью экономики и применением недостаточно проработанных мер, направленных на регулирование и поддержку малого бизнеса.

2.2 Основные тенденции, проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России

Развитие малого бизнеса в России характеризуется крайней противоречивостью и подошло к такому рубежу, когда объективно необходимо решить задачи, связанные с переводом его в качественно новое состояние путем поиска «точек роста». Одной из причин медленного развития малого бизнеса является проводимая государством политика в этой сфере, которая носит в основном декларативный характер, а практика ее реализации представляет собой отдельные, не связанные в единую систему меры.

Сложившаяся экономическая ситуация пока негативно воздействует на малое предпринимательство по всем направлениям. Уровень инфляции и рост цен на все факторы производства ставят многие малые предприятия на грань банкротства. И в их числе, в первую очередь, предприятия, функционирующие в сфере производства отечественных товаров и бытовых услуг для населения, потребляющие сырье, материалы, стоимость которых постоянно растет. Налоговый пресс давит на производственные предприятия в сфере малого бизнеса. Сложившиеся экономические условия подрывают стимулы к предпринимательской деятельности, ослабляют предпринимательский настрой.

Конечно же, наивно полагать, что для страны малый бизнес может стать основой экономики: в наших условиях он может стать лишь связующим звеном, которое обеспечило бы бесперебойную работу крупных промышленных предприятий. Поэтому для начала следует определить те отрасли и сферы экономики, в которых предприятия малого бизнеса играют решающую роль. Во-первых, это вся сфера услуг, в том числе технические услуги, включая ремонт и техническое обслуживание машин и оборудования; консультационные услуги; бытовое обслуживание населения. Во-вторых, торгово-закупочные операции, а так же посредническая деятельность.

Потеря административного управления, экономический хаос и законодательная неразбериха привели к тому, что законопослушные предприниматели, организующие бизнес в производственной сфере, оказались в чрезвычайно трудном положении, неся большие затраты, выплачивая высокие налоги и подвергаясь государственному и негосударственному рэкету. Отсутствие четкого механизма реализации государственных мер по поддержке малого бизнеса, затруднения в получении кредитов, производственных помещений и материальных ресурсов поставили малые предприятия в неравное положение с крупными. Это привело к сокращению их роста и к ориентации преимущественно на торгово-закупочную и посредническую деятельность.

Высокие налоги, всевозрастающая плата за помещение и оборудование, отсутствие фондового рискового капитала – все это затрудняет положение эффективной деятельности и вынуждает направлять основные усилия не на расширение производства, а на борьбу за выживание.

Но главная причина сокращения числа малых предприятий – низкий уровень финансовой обеспеченности большинства малых предприятий вследствие трудностей с первоначальным накоплением капитала, невозможность получения кредитов на приемлемых условиях, неэффективность налоговой системы. Негативное воздействие на развитие малого бизнеса в сфере материального производства оказывают неразвитость производственной структуры, нехватка специализированного оборудования, слабость информационной базы.

Еще один очень важный фактор негативного воздействия на малый бизнес – глубокий спад производства.

Все это приводит к тому, что только часть зарегистрированных предприятий малого бизнеса оказывается не в состоянии приступить к реальному производству продукции.

Как показывает изучение зарубежного опыта, непременным условием успеха в развитии малого бизнеса является положение о том, что малые предприятия и малое предпринимательство нуждаются во всесторонней и стабильной государственной поддержке. Она осуществляется в различных формах, в первую очередь путем стимулирования производства наиболее приоритетных видов продукции, предоставления налоговых льгот, дотаций льготного банковского кредитования, создания информационно-консультативных и научно-технических центров, развития системы страхования, организации материально-технического снабжения. Важную роль играют принятие и исполнение законодательства, разработка и реализация конкретных комплексных программ.

Весьма остра проблема формирования финансовой базы становления и развития малого бизнеса. Для этого ему должны быть предоставлены определенные льготы. Это могут быть льготы по налогообложению. Но проводимая в нашей стране налоговая политика не только неэффективна, но экономически опасна. Она идет вразрез с установленной в мире практикой и современными мировыми тенденциями развития экономики. Неоправданно высокое налогообложение «убивает» в России малое предпринимательство (многочисленные налоги и поборы нередко оставляют предприятию лишь 15 25% полученной прибыли). Общее направление совершенствования налоговой системы – усиление стимулирующей роли налогов в развитии производства. Надо освободить малые предприятия от налогов на инвестиции, ввозимые технологии. И, конечно, нужны налоговые льготы на период становления малого предприятия. Совершенно очевидна необходимость дифференцированного налогового подхода к предприятиям разного профиля деятельности. Более низкие ставки налогов должны применяться для наиболее важных, приоритетных отраслей.

К числу факторов, препятствующих динамичному и эффективному развитию малого бизнеса в России, эксперты и исследователи в этой области относят:

* отсутствие цивилизованной конкурентной среды;
* несоответствие нормативно-правового обеспечения реальным условиям развития малого бизнеса;
* высокий уровень административных барьеров и коррупции;
* затрудненный доступ предпринимателей к финансовым, имущественным и информационным ресурсам;
* несовершенство системы налогообложения;
* низкое качество информационно-аналитического обеспечения органов поддержки малого бизнеса;
* низкая компетентность представителей органов поддержки малого бизнеса в вопросах предпринимательства;
* отсутствие системы юридической защиты малого бизнеса и т.д.

Для решения этих проблем необходима активная и эффективная государственная политика по поддержке малого бизнеса на всех уровнях власти. В настоящее время такая политика в России только разрабатывается, определяются ее цели, направления, механизмы реализации. Сделаны лишь первые, не всегда верные и последовательные шаги на пути формирования комплексной политики поддержки и развития малых предприятий и создания механизмов ее реализации. Многие меры государственного регулирования деятельности малого бизнеса носят противоречивый характер. Опыт большинства зарубежных стран, однако, показывает, что это важное самостоятельное системное направление социально-экономической политики государства, которая строится на принципе наибольше6го благоприятствования развитию сектора малого бизнеса, особенно в тех направлениях деятельности, которые дают максимальный социально-экономический эффект в стране и регионе [19; с. 130].

Реализация государственной политики, обеспечивающей благоприятные условия для развития малого бизнеса, требует создание правовой, финансовой и институциональной среды, эффективное функционирование которой предполагает постоянное взаимодействие и координацию деятельности всех ее элементов при минимальном дублировании функций, а также ориентацию как на общие цели социально-экономической политики государства, так и на интересы субъектов малого бизнеса.

К настоящему времени сделаны только самые первые шаги в правовом и организационном обеспечении формирования малого предпринимательства в качестве особого сектора экономики России. Действенной системы стимулирования образования малых предприятий не существует, как нет и хозяйственного механизма их поддержки. Не разработана государственная программа развития малых предприятий.

Комплекс первоочередных мер по развитию малого бизнеса в РФ, должен осуществляться в следующих направлениях:

– нормативно-правовое;

– финансово-кредитное;

– информационно-техническое;

– организационное;

– кадровое и консультационное обеспечение;

– внешнеэкономическая деятельность.

Также в государственной программе должны быть отражены механизмы денежно-кредитной, налоговой, бюджетной, и ценовой политики, материально-технического снабжения, системы официальных гарантий, которые обеспечивали бы создание равных стартовых условий в развитии предпринимательской деятельности.

В программе необходимо предусмотреть формирование эффективных институтов рыночной инфраструктуры, товарного рынка и рынка ценных бумаг, инвестиционного и венчурного предпринимательства, информационной, консультационной и аудиторской деятельности, а также создание комплексной государственно-общественной системы поддержки малого предпринимательства, включая подготовку и переподготовку предпринимательских кадров, привлечение к этой сфере социально активных слоев населения. Следует также определить меры, обеспечивающие поддержку внешнеэкономической деятельности и привлечение иностранных инвестиций к развитию предпринимательства.

Для реализации данных программ должны быть привлечены не столько средства государственного бюджета, сколько возможности частного – отечественного, а при необходимости и иностранного капитала. Основными же направлениями использования государственных ресурсов должно стать не выделение прямых инвестиций, а страхование и предоставление гарантий под кредит.

Для экономики стран деятельность мелких компаний оказывается важным фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого бизнеса специалисты даже судят о способности страны приспосабливаться к меняющейся экономической обстановке.

Итак, становление малого бизнеса в России началось со второй половины 1980-х гг. За это время малый бизнес в своем развитии прошел несколько этапов. Однако и на сегодняшний день в развитии малого бизнеса России имеется множество проблем. Решение этих проблем может быть найдено только на путях всесторонней государственной и общественной поддержки.

# Заключение

Российский малый бизнес активно участвует в разрешении комплекса экономических и социальных проблем в регионах. Его деятельность способствует активизации структурной перестройки экономики, насыщению рынка товарами и услугами, формированию конкурентной среды, развитию рыночной инфраструктуры, решению проблем занятости, формированию новых субъектов собственности и становлению среднего класса общества.

Малый бизнес является неотъемлемой частью рыночной экономики. Для него характерна особая мобильность, гибкость и высокая эффективность.

Социальная значимость малого бизнеса имеет и иные различные оттенки. Развитие малого бизнеса в той или иной стране способствует развитию позитивных процессов в экономике, демократизации общества, увеличению политического веса на международной арене, что, в свою очередь, приносит этому государству не только политические, но и экономические дивиденды.

Многие характерные особенности малого предпринимательства напрямую связаны с основными проблемами, мешающими развитию нормальных рыночных отношений и частного предпринимательства в целом. Поэтому в ближайшей перспективе необходимо принять комплекс мер для динамичного и эффективного развития малого бизнеса.

Библиографический список

1. Алклычев А.М. Малый и средний бизнес в строительстве: есть ли перспективы? // ЭКО. 2009. №4. С. 107-113.
2. Басс А.Я., Разомасова Е.А. Сфера услуг и предпринимательство в экономическом развитии //ЭКО. 2009. №2. С.81.
3. Бляхман Л. Предпринимательство в России. Экономика и организация. СПб., 2006.
4. Глисин Ф. Малые предприятия в условиях кризиса (по результатам опросов руководителей малых предприятий) Экономист. 2009. №7. С. 28-42.
5. Громова А.Г. Региональная поддержка кооперации малого и среднего предпринимательства как инструмент региональной кластерной политики // Экономика и управление. 2009. №7. С. 24.
6. Зверев А. Меры государственной поддержки малых и средних предприятий в Германии // Экономист. 2009. №9. С. 34-40.
7. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство. М., 2007.
8. Лапуста М.Г. Предпринимательство. М., 2009.
9. Малый бизнес. Организация, экономика, управление / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. М., 2007.
10. Морозко Н.И. Место малого бизнеса в системе финансовых отношений Экономика и управление. 2008. №2. С. 169-173.
11. Образцова О., Чепуренко А. Развитие российского частного предпринимательства в межстрановом соотношении // Вопросы экономики. 2008. №8. С. 91-107.
12. Павлов К.В., Андреева И.Г. Эффективность государственной поддержки малого предпринимательства // Экономика и управление. 2007. №5. С. 25-28.
13. Разомасова Е.А. Рифы в фарватере малого бизнеса сферы услуг // ЭКО. 2010. №1. С. 127-134.
14. Российский Статистический ежегодник 2007. М., 2007.
15. Российский Статистический ежегодник 2008. М., 2008.
16. Российский Статистический ежегодник 2009. М., 2009.
17. Сидорчук Р.Р. Некоторые проблемы малого бизнеса // ЭКО. 2009. №1. С.174-187.
18. Терешкин Г.В. Оценка эффективности деятельности муниципалитетов по развитию малого предпринимательства // Экономика и управление. 2009. №9. С. 91-97.
19. Ширабон Н.В. Государственная поддержка малого предпринимательства. // Экономика и управление. 2007. №2. С. 129-132.