**Содержание**

Введение

1. Теоретические основы малого бизнеса

2. Роль малого бизнеса в экономике

3. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Специалисты в области экономики и финансов, рыночные аналитики отмечают, что в современной России появился бизнес-класс, составляющий основу экономической системы страны, - те самые небольшие компании и индивидуальные предприниматели, которые построили экономики многих развитых стран мира, обеспечивая их процветание.

Актуальность темы курсовой работы определена ролью малых предприятий в масштабах экономики страны. Малое предпринимательство - не только существенная составляющая и массовая субъектная база цивилизованного рыночного хозяйства, неотъемлемый элемент присущего ему конкурентного механизма, но и максимально гибкая, эффективная и прозрачная в силу своих размеров форма хозяйствования. Этот предпринимательский уклад мобилизует финансовые и производственные ресурсы населения.[1]

Значимость изучения проблемы малого предпринимательства усиливается тем, что именно ему менее всего повезло в отношении государственной и иной поддержки, до сих пор в масштабах страны не создана инфраструктура, обеспечивающая нормальную работу малых предприятий.

Недооценка малого предпринимательства, игнорирование его экономических и социальных возможностей в течение почти всего периода реформ могут быть расценены как крупный, стратегический просчет, чреватый дальнейшим углублением кризиса российской экономики в целом.

Цель работы изучить роль малого бизнеса в рыночной экономике страны.

Объектом исследования является малый бизнес.

Задачи работы:

- рассмотреть экономическую сущность малого бизнеса, определить его роль в рыночной экономике и основные проблемы;

- рассмотреть вопросы государственного регулирования и поддержки в области малого бизнеса.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

**1. Теоретические основы малого бизнеса**

Под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25 процентов, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 процентов и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней (малые предприятия):

- в промышленности - 100 человек;

- в строительстве - 100 человек;

- на транспорте - 100 человек;

- в сельском хозяйстве - 60 человек;

- в 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.

Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.[5]

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

Средняя за отчетный период численность работников малого предприятия определяется с учетом всех его работников, в том числе работающих по договорам гражданско - правового характера и по совместительству с учетом реально отработанного времени, а также работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений указанного юридического лица.[3]

Подход к малому предпринимательству как сектору экономики основан на выявлении единства двух сторон общественного производства: организационно-технической и социально-экономической.

Вторая представлена производственными отношениями (образующими общественную форму производства), а первая - производительными силами, то есть совокупностью материально-вещественных элементов производства, рабочей силы и форм организации производства.

Размерная структура отрасли (экономики) по определению предполагает сосуществование предприятии различных размеров, в том числе мелких, образующих соответствующую размерную группу. Данную совокупность производственных единиц мелкого масштаба характеризует понятие «мелкое производство».

Общественной формой мелкой производственной единицы в условиях рыночной экономики становится малое предприятие, основными экономическими чертами которого являются:

1) обособленность (то есть хозяйствование на свой страх и риск);

2) специализация на каком-либо виде деятельности;

3) реализация произведенных товаров (услуг) через куплю-продажу на рынке.

Речь, следовательно, идет о малом товарном предприятии. Определение социально-экономической стороны малого предпринимательства дополняется тем, что малое предприятие может основываться на:

1) личном труде владельца и членов его семьи;

2) использовании наемного труда в сочетании с производственно-управленческой деятельностью хозяина (его семьи).[8]

Малое предприятие является «единицей» малого предпринимательства. Отсюда следует, что последнее - особый сектор экономики, образуемый совокупностью малых предприятий и потому являющийся специфической общественной формой мелкого производства в условиях рынка.

Очевидно, что рисковость, неустойчивость малого предприятия в силу ограниченности ресурсов гораздо выше, чем у средних и крупных предпринимательских структур. То же самое можно сказать о гибкости, восприимчивости к инновациям.

Одна из причин здесь - отсутствие в сфере малого предпринимательства громоздких управленческих систем.[2]

В случае коммерческого успеха малые фирмы получают относительно более высокий доход (естественно, по сравнению с первоначальными вложениями, которые у них, как правило, невелики). Логика дальнейшего анализа малого предпринимательства предполагает формулирование системы критериев, на основе которых производится оценка и классификация хозяйственных субъектов на предмет их принадлежности к данному сектору экономики - структура внутренней и внешней среды малого предприятия.

а) Структура внутренней среды малого предприятия может быть рассмотрена как совокупность областей деятельности малого предприятия, каждая из которых характеризуется особыми объектами деятельности, технологией, отношениями и т.п. Эти области можно разделить на три группы.

Первая представлена стадиями процесса производства: снабжением, собственно производством, сбытом.

Вторая включает в себя фазы управленческого цикла: планирование, оперативное управление (организация, координация, мотивация), контроль (бухгалтерский учет и отчетность, анализ, собственно контроль). Объединяющим фактором, обеспечивающим целостность системы управления малым предприятием, является руководство, персонифицированное как правило в предпринимателе-собственнике. Руководитель призван объединить все области деятельности предприятия в единое целое, а также обеспечивать его развитие и совершенствование.

Третья группа объединяет компоненты малого предприятия: кадры, социальные отношения, инновации, финансы, правовые отношения и т.д. б)

Внешняя среда малого предприятия - это совокупность элементов (рынков, рыночных институтов, процессов, контрагентов и т.д.), непосредственно влияющих на становление и функционирование малого предпринимательства.

Такие элементы характеризуются рядом признаков (параметров), конкретные состояния которых представляют собой факторы внешней среды. Например, законодательство как элемент может быть охарактеризовано следующими признаками:

- устойчивость;

- полнота; - действенность и т.д.

Конкретное состояние законодательства – к примеру, его нестабильность, несовершенность, недейственность - негативный фактор внешней среды малого предприятиям.

Разнообразные элементы внешней среды можно подразделить на пять групп:

Первая охватывает совокупность ключевых для малого предпринимательства рынков: ресурсных (средств производства, информации, рабочей силы, финансовых ресурсов) и сбытовых.

Вторая группа элементов внешней среды представлена важнейшими (с точки зрения малого предприятия) рыночными институтами и контрагентами.

В третью группу включаются комплексы общественных отношений: правовых, социокультурных и политических, выраженных соответственно в законодательстве, традициях и нормах морали, расстановке политических сил.

Четвертая группа объединяет прочие относящиеся к малому предпринимательству социально-экономические процессы и явления: экономическую конъюнктуру, преступность, экологию, научно-технический прогресс, структуру народного хозяйства, и т.п.[7]

В отдельную группу стоит выделить особый элемент внешней среды малого предприятия - систему поддержки малого предпринимательства.

В соответствии со структурой внутренней и внешней среды малого предприятия могут быть сформированы несколько групп его критериев обусловленных:

1) характером производственного процесса;

2) спецификой системы управления и руководства;

3) состоянием отдельных компонентов (кадры, финансы и т.д.);

4) особенностями внешних воздействий.

Первая группа характерных черт малого предприятия такова:

1) ограниченность масштабов применяемых средств производства и технологических процессов;

2) небольшая номенклатура выпускаемых изделий, то есть узкая специализация;

3) упрощенность системы сбыта.

Вторая группа критериев малого предприятия включает в себя:

1) единство права собственности и непосредственного управления предприятием;

2) особое значение роли руководителя в жизни предприятия, его непосредственную включение практически во все функциональные области;

3) компактность управленческой команды и многофункциональность менеджеров;

4) отсутствие громоздких управленческих структур, простоту информационных связей, неформальный характер планирования и контроля;

5) быстроту принятия решений.

В составе третьей группы признаков выделяются:

1) особый, характер отношений между хозяином и работником, обусловленный тем, что хозяин является непосредственным руководителем всех работников малого предприятия;

2) гибкость, восприимчивость к нововведениям;

3) небольшой масштаб используемых финансовых ресурсов;

4) низкая капитализация, означающая, что владельцы пускают на расширение основного капитала лишь малую часть доходов;

5) высокая оборачиваемость капитала;

6) существенное влияние на кадровую политику, принятие стратегических решений, выбор правовых форм и на другие параметры хозяйственной деятельности семейных и родственных связей, что обусловлено правом наследования.

Четвертую группу образуют следующие устойчивые характеристики малого предприятия:

1) локальность ресурсных и сбытовых рынков;

2) неформальность взаимоотношений с узким кругом поставщиков и потребителей;

3) положение «ведомого» в системе кооперационных связей с крупными и средними предприятиями;

4) чувствительностъ к колебаниям экономической конъюнктуры, политической обстановки, изменениям законодательства, обусловленная низким барьеров вхождения в бизнес, а следовательно, и выхода из него;

5) ограниченность источников финансирования и хроническая нехватка капиталов (если «гиганты» черпают необходимые ресурсы главным образом через фондовые биржи, то малые предприятия полагаются на ограниченные кредиты банков, собственные сбережения, денежные средства друзей, знакомых и родственников);

6) большая степень зависимости от системы поддержки малого предпринимательства.

Развитие малого бизнеса сдерживает сегодня не столько налоговая система и бесконечные проверки, сколько бюрократические барьеры, требования большого количества документов и согласований, разрешений, «дополнительно оплачиваемых» работ в процессе получения документов.

Руководитель небольшого предприятия численностью 15-30 человек не имеет в штате юриста, кадровика, товароведа, специалиста по рекламе - он замещает их всех сам, но при этом тратит массу времени на выбивание разрешительных документов вместо того, чтобы заняться организацией торговли, маркетингом, этикой и психологией торговли. У западного коллеги нашего торговца главное - конкуренция и работа на перспективу, для нашего бизнесмена главное - как выжить в сегодняшних условиях.

Тем не менее, за последние 10 лет наша страна накопила колоссальный потенциал для развития малого бизнеса. Такого сегодня нет ни в одном государстве. Конечно, проблемы еще есть в виде административных барьеров и коррупции. Но это, с одной стороны, общие для предпринимателей всего мира проблемы, а с другой – в сравнении с тем, что было 10 лет назад, можно говорить о существенных переменах к лучшему. Высокопоставленные российские чиновники демонстируют сегодня понимание этих проблем, говорят о необходимости развивать предпринимательскую среду.

Творческая активность людей должна направляться не на так называемую оптимизацию налоговых схем, а на развитие собственного дела - на базе использования тех норм, которые предлагает государство. Изменение налогов - важная, но только часть проблемы.

У предпринимательства в целом, малого в особенности, огромное количество претензий, связанных с неоправданным административным давлением. И, прежде всего, со стороны надзорных органов и инспекций. Издержки от такого надзора очень велики, а порой абсолютно бессмысленны. Он зачастую осуществляется формально. Надо установить своего рода мораторий на проверки для малых предприятий, например, хотя бы на первые три года их работы.

При необходимости внести изменения в законодательство. Некоторые пути решения проблемы уже обозначены в ранее принятых актах по дебюрократизации. В этой связи поддержка малому бизнесу региональными властями сегодня абсолютно необходима.[10]

Таким образом, определяя сущность малого предпринимательства, мы выявили, что это – сектор экономики, характеризующийся мелкотоварным производством.

В силу ограниченных ресурсов (сырьевых, финансовых, рабочей силы) этот сектор наиболее подвержен влияниям внешней среды, однако поэтому же малое предприятие является наиболее мобильной размерной хозяйствующей единицей, не требующей громоздких управленческих систем.

Между руководителем (хозяином) и работником нет посредников, то есть менеджер-хозяин должен быть универсальным специалистом (администратором, маркетологом, управлять производством и сбытом) и при этом совмещать функции собственника. Из этого следует, что малое предпринимательство является также особым видом предпринимательской деятельности.

**2. Роль малого бизнеса в экономике**

Во-первых, как уже отмечалось, он обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность.

Во-вторых, он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться.

В-третьих, - создавать атмосферу конкуренции.

В-четвертых (и это, пожалуй, самое главное), он создает ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках.

Успех малого бизнеса в этой области можно объяснить следующими причинами. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы идут по более простому или рискованному пути, работают в неперспективных отраслях.

Мелкие фирмы также охотно берутся за освоение оригинальных нововведений, поскольку при выпуске принципиально нового изделия снижается значение крупных лабораторий с устоявшимися направлениями исследований. К тому же малые фирмы стремятся как можно скорее наладить массовое производство.[7]

Тем самым, значение разработок, проводимых мелкими предприятиями достаточно важно, прежде всего с точки зрения расширения рынка предлагаемых товаров и услуг, что в свою очередь активно стимулирует процесс производства с целью наиболее быстрого удовлетворения (вновь рожденного) спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

Отношение нововведений к затратам на научные исследования и разработки малых предприятий в 3-4 раза выше, чем в крупных. Если проследить путь изобретения, использованного крупными монополиями, то нередко оно оказывается результатом работы отдельных ученых или мелких фирм. Однако последующее внедрение осуществляется компаниями, обладающими необходимыми для этого финансовыми и материальными ресурсами.[12]

Обобщая все вышесказанное, хотелось бы обратить внимание на то, что мелкое предпринимательство воздействует на структуру рынка и расширение рыночных отношений прежде всего в результате изменения количества субъектов рынка, повышения квалификации и степени приобщенности все более и более широких слоев населения к системе предпринимательства и делового администрирования.

Развитие специализации и кооперации вовлекает мелких и средних предпринимателей в сферу влияния крупных объединений.

Фактически они теряют свою независимость и превращаются в отдельные звенья более крупных монополий, хотя официальная статистика учитывает их как самостоятельные единицы.

Крупные предприятия привлекают узкоспециализированные мелкие фирмы, производящие для них отдельные детали и узлы. Вокруг монополий, особенно в отраслях машиностроения, электронной промышленности, группируются обычно по несколько десятков тысяч мелких предприятий, которые пользуются финансовой и технической помощью монополий.

Для хозяев монополистических объединений также мелкие субподрядчики удобны и выгодны: они поставляют свою продукцию по достаточно низким ценам. Их производственные, социальные и другие проблемы мало заботят руководителей монополий.

В периоды неблагоприятной конъюнктуры и других осложнений, монополии (хозяева) рвут связи со своими мелкими поставщиками, бросая их на произвол судьбы. В последнее десятилетие во многих странах усилилась тенденция к объединению мелких предприятий на основе специализации и кооперации производства, в крупные отраслевые структуры, которые сейчас производят большие объемы разнообразной продукции, в том числе высокого технического и технологического уровня, и довольно успешно конкурируют на рынках с крупными компаниями и монополиями.

Важность малых предприятий еще и в том, что ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка, ведь чтобы существовать надо получать средства к существованию, а значит быть лучше других, чтобы прибыль доставалась именно им.[5]

Массовый выпуск промышленных изделий длительного потребления (автомобилей, холодильников, телевизоров и т. п.) крупными предприятиями вызывает потребность в соответствующих промышленных услугах по ремонту и обслуживанию, которые часто осуществляют мелкие предприятия, так как монополии из-за своей громоздкости вынуждены затрачивать много усилий в этом направлении или создавать разветвленную сеть маленьких филиалов, что само по себе тоже достаточно дорогостоящее занятие, служащее в основном для поддержания престижа крупной фирмы.

Деятельность малых предприятий в менее развитых районах западноевропейских стран - это основа всей их социальной и экономической жизни и решающая предпосылка их дальнейшего хозяйственного развития.

В то же время, на мелких предприятиях отмечается более высокая эффективность труда, малые фирмы с меньшими затратами удовлетворяют потребности в дефицитных видах товаров и услуг на основе разработки местных источников (сырья) и обеспечивает при этом большую занятость. Они увеличивают размеры поступлений в муниципальные бюджеты, стимулируют НТП, выполняют другие важные для хозяйства функции.

В концепциях и программах радикального реформирования постсоветской экономики малому предпринимательству изначально отводилась не меньшая роль, чем, скажем, приватизации. Казалось, что именно оно сможет созидательно реализовать индивидуальную рыночную инициативу, а сам утверждающийся рынок сформирует структуру малого бизнеса, востребующую его гибкость, мобильность и высокий потенциал самоорганизованности. Предполагалось также, что этот бизнес, как и в развитых странах, станет эффективным проводником новых технологий в крупные корпорации и потому - существенным компонентом наукоемкой и импортозамещающей продукции.

За истекшие реформационные годы «невидимая рука», действительно, многое расставила по своим местам, но эта расстановка соответствует не западным образцам, а российской модели рынка сложившейся в постсоветское десятилетие.

Специалисты, обстоятельно изучающие эту тему, выделяют в принципе один и тот же набор условий, в которых реально функционирует отечественное малое предпринимательство.

Основная проблема малых предприятий – недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая. Практически речь идет о создании широкого нового сектора народного хозяйства почти на пустом месте. В течение десятилетий такой сектор у нас в сколь-нибудь существенной степени отсутствовал. Это, в частности, означало и отсутствие подготовленных предпринимателей. У основной массы населения, жившей «от получки до получки», не могло образоваться резерва средств, требующегося для того, чтобы начать собственное дело. Эти средства надлежит сейчас отыскать. Ясно, что предельно напряженный государственный бюджет их источником стать не может. Остается надеяться на кредитные ресурсы. Но и они не значительны и к тому же крайне трудно реализуемы при постоянной и усиливающейся инфляции.

Положение едва ли может серьезно измениться в позитивную сторону, если не перейти, наконец, от слов к делу в общественной поддержке конструктивного малого бизнеса. На существенный рост имеющихся для этого материально-технических и финансовых ресурсов, по крайней мере, в ближайшее время, нет оснований рассчитывать. Но гораздо лучше применить эти ресурсы наверняка можно. Для этого требуется тщательно выверенная последовательно проводимая в жизнь система селекции, позволяющая предоставлять ощутимые приоритеты тем, кто более полезен обществу. В целом на сегодня это означает предпочтение сферы производства сфере обращения при детальной дифференциации самого производства, причем не застывшей раз и навсегда, а весьма динамичной, на основе грамотного изучения общественного спроса, происходящих в нем подвижек и намечающихся тенденций.[16]

В соответствии с такой исходной установкой должны конструироваться механизмы льготного кредитования, налогообложения, различного рода преференций, включая и связанные с внешнеэкономической деятельностью.

Смысл в том, чтобы обеспечить лучшее удовлетворение потребностей народа при создании условий для последовательного развертывания предпринимательства.

Следующая проблема – это та законодательная база, на которую сейчас может опираться малое предпринимательство. Пока она, мягко говоря, несовершенна, а во многих очень существенных положениях вообще отсутствует.

В настоящее время малое предпринимательство находится в условиях, которые весьма отдалены от тех, что должны быть присущи рыночным отношениям. Отсутствует система проведения глубокого анализа деятельности малых предприятий. Нет надлежащего учета результатов их работы, практически отсутствует отчетность по тем показателям, которые дают право малым предприятиям воспользоваться льготами по налогообложению.

Материально - техническое обеспечение малых предприятий осуществляется в недостаточном объеме и несвоевременно. Машины, оборудование, приборы, предназначенные для малых предприятий и учитывающие их специфику, отсутствуют. Ограничен доступ малых предприятий к высоким технологиям, так как их покупка требует значительных одноразовых финансовых затрат.

Еще одна важная проблема – кадры. Часто говорят, что предпринимателем надо родиться. Против этого трудно возразить, но нельзя не считаться, во-первых, с тем, что «урожденных» предпринимателей все же меньше, чем реально нужно обществу, во-вторых, что и им требуется приобрести определенный объем знаний: ведь обучают же, скажем, «урожденных» музыкантов, ученых, спортсменов. Нет оснований считать, что к предпринимателям нужно подходить с иной меркой. Между тем с обучением кадров для бизнеса дело обстоит далеко не лучшим образом.

Круг не простых проблем связан и с социальной защитой предпринимательской деятельности. Известно, что ранее существовавшая на основе распределения общественных фондов система социальных гарантий и социального обеспечения в условиях переходного периода оказалась практически подорванной. Требуется, по сути, строить эту систему заново по отношению ко всему обществу, а по отношению к предпринимателям – новому социальному слою – тем более.

Общеизвестно, что снижение доходов населения привело к значительному ухудшению структуры потребления. Доходы направляются в основном на приобретение товаров первой необходимости, прежде всего продуктов питания и оплату коммунальных услуг. То же, по сути, касается и малого предпринимательства. Если раньше оно предполагало определенное накопление, то после первого этапа реформы было вынуждено работать в подавляющей мере на потребление. Производить продукцию с длительным производственным циклом, включая, разумеется, и наукоемкую, стало даже не то что неэффективно, а просто разорительно. Начались серьезные негативные структурные изменения в малом бизнесе. Если ныне идущие процессы будут продолжаться и не встретят противодействия в виде социальных гарантий малому предпринимательству, само его существование под вопросом.

Предусматриваются поручения ряду министерств и ведомств по внесению изменений и разработке соответствующих положений в области финансирования и кредитования, научно-технического развития, материально-технического обеспечения и сбыта продукции, подготовки кадров, внешнеэкономической деятельности, а также установление дополнительных налоговых льгот для субъектов малого предпринимательства. Согласно постановлению, утвержден комплекс первоочередных мер по развитию малого предпринимательства в Российской Федерации: нормативно-правовое обеспечение, финансово-кредитное обеспечение, информационно-техническое обеспечение, внешнеэкономическая деятельность, организационное, кадровое, консультационное обеспечение.

**3. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса**

Конечно же, наивно предполагать, что для страны таких масштабов 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.[16]

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 также посредническая деятельность.

В условиях инфляции, налоговой нестабильности, отсутствия рынка сырья и материалов начинающие предприниматели, почувствовав вкус «легких денег», быстро перекочевали в сферу улично-палаточной торговли, спекуляции, ушли в другие коммерческие структуры.

Источниками товаров для торговли стали импортные закупки, челночные рейсы в развивающиеся страны, а также товары из государственной торговли, включая продукты питания.

Уходя от налогообложения, не вкладывая каких-либо средств в помещения, оборудование, культуру торговли, многие бизнесмены получили благоприятные возможности для обогащения.

Поэтому и не изживается в массовом сознании представление о предпринимательстве как о чем-то плохом, неприязненном, а о предпринимателе - как о спекулянте.

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.

Анализ развития предпринимательства показывает, что доля предприятий, работающих в сфере торговли и посреднических услуг, занимает доминирующее положение.

Кроме того, существует большое количество предприятий, зарегистрированных как производственные или многоцелевые (выпуск товаров народного потребления, оказания различных услуг), но тем не менее занимающихся торгово-посреднической деятельностью как основной.[11]

Высокие налоги, всевозрастающая арендная плата за помещение и оборудование, отсутствие фондового рискового капитала - все это затрудняет продолжение 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 инфраструктуры, нехватка специализированного оборудования, слабость информационной базы.

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

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

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.[2]

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.

Основным же направлением использования государственных ресурсов должно стать не выделение прямых инвестиций, а страхование и предоставление гарантий под кредит.

В условиях переходного периода и нарушения производственно-хозяйственных связей между предприятиями, предпринимательство как важная часть преобразований экономических институтов, играет роль экономического демпфера. В России пока лишь малый бизнес имеет достаточно высокий потенциал, дающий возможность приспосабливаться к меняющимся условиям внешней среды.

Исходя из этого необходимо оказывать всяческое содействие со стороны законодательной и исполнительной власти.

Для активизации производственной и инвестиционной деятельности малых и средних предприятий усилия Правительства Российской Федерации направлены на:

* создание необходимых условий для использования малыми предприятиями бездействующих и недозагруженных основных фондов, в том числе и при осуществлении санационных мероприятий в отношении предприятий-банкротов;
* концентрацию ресурсов государственной поддержки на формирование в малом предпринимательстве современного высокотехнологичного товаропроизводящего и инновационного секторов;
* упрощение налогообложения малого бизнеса, замену многочисленных налогов единым, упрощение системы бухгалтерского учета и отчетности для малых предприятий;
* формирование благоприятного порядка налогообложения организаций, входящих в инфраструктуру поддержки малого предпринимательства;
* создание нормативной базы, обеспечивающей государственную поддержку инвестиционных проектов субъектов малого предпринимательства, а также привлечение и использование для этих целей иностранных кредитов.

Для выработки основных направлений и определения приоритетов в развитии малых и средних предприятий в субъектах Российской Федерации с учетом основных характеристик можно выделить три группы регионов.

Первая группа характеризуется достаточно высоким уровнем развития малых предприятий, выполнением комплексных региональных программ и инвестиционных проектов с использованием бюджетных и внебюджетных источников финансирования.

Длявторой группы характерны начальная стадия развития малого бизнеса и системы его государственной поддержки, незначительный объем бюджетного и внебюджетного финансирования региональных программ.

Третья группа характеризуется сложными общеэкономическими и социальными условиями, низким уровнем развития малых предприятий, региональные программы поддержки малого предпринимательства не подкреплены организационными структурами, нормативно-правовыми актами и финансовыми ресурсами.

В среднесрочной перспективе будет осуществлен перенос центра тяжести финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства, построенной на принципах бюджетного федерализма, на региональный и муниципальный уровень.

Это позволит направить налоговые сборы и платежи от малых предприятий в бюджеты субъектов Российской Федерации. Приоритетный комплекс задач связан с формированием целостной системы финансово-кредитной и инвестиционной поддержки малых предприятий, включающей создание гарантийно - инвестиционных банков, региональных и муниципальных гарантийных фондов, страховых компаний и обществ взаимного кредитования.

Планируется активизировать предоставление гарантий Правительством Российской Федерации по иностранным инвестиционным кредитам для быстроокупаемых инвестиционных проектов малых предприятий, прежде всего производственного и инновационного направлений, по переработке сельскохозяйственной продукции, производству продуктов питания, других социально значимых товаров и услуг.

Серьезное внимание уделяется укреплению собственной финансовой базы развития малых и средних предприятий, развитию микрокредитования, способствуя задействованию внутреннего потенциала экономического роста.

Важное место в реализации инвестиционной политики занимает финансовый лизинг.

Лизинговые операции позволяют привлечь значительные объемы негосударственных целевых инвестиций для перевооружения и модернизации основных фондов предприятий, в том числе малых, перераспределить часть финансовых потоков в реальный сектор экономики, расширить налогооблагаемую базу за счет развития нового вида хозяйственной деятельности.[14]

В рамках реализации Федеральной программы государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации, региональных программ поддержки малого предпринимательства, комплекса мер по развитию лизинга в Российской Федерации создается система межрегиональных опорных лизинговых центров в специализированных региональных лизинговых компаний.

Эти процессы и факторы в наибольшей мере способствуют позитивным структурным изменениям в направлении дальнейшего увеличения числа малых предприятий в промышленности и строительстве.

Возможна стабилизация в даже небольшое увеличение доли малых предприятий в сферах науки и научного обслуживания, транспорта и связи. Необходимо в соответствии с законодательством предусматривать создание в регионах инновационных центров, которые будут обеспечивать координацию взаимодействия и поддержку участников инновационной деятельности.

Наряду с активизацией инновационной деятельности в крупных организациях необходимо создать условия для привлечения к этому процессу субъектов малого предпринимательства, в том числе и за счет выделения малых организаций из крупных фирм.[13]

Политика государственной поддержки малого бизнеса осуществляется на базе налоговых льгот, создания (хотя еще и в незавершенном виде) цивилизованного законодательного пространства, информационной поддержки, обучения кадров, формирования сети бизнес-парков, налаживания эффективной координации в этой области между федеральным центром и субъектами Федерации, а также с местными органами власти.

Практика государственного содействия немонополистическому сектору экономики развитых стран показывает, что правительственный выбор основных направлений этого содействия происходит на основе исследований данного круга проблем.

Поэтому важнейшая задача органов власти определить приоритетные направления развития малого бизнеса. В России к таким направлениям отнесены:

* производство и переработка сельскохозяйственной продукции;
* производство продовольственных, промышленных товаров, товаров народного потребления;
* лекарственных препаратов и медицинской техники;
* оказание производственных, коммунальных и бытовых услуг;
* строительство объектов жилищного, производственного и социального назначения.

Соответственно, одним из важных инструментов государственного содействия развитию мелкого бизнеса является прямая финансовая помощь, которая осуществляется посредством льготного субсидирования малых фирм, предоставления гарантий при получении ими займов из других источников и льготного налогообложения.

Важным инструментом государственного содействия малым предприятиям в большинстве промышленно развитых стран является система государственных заказов.

Данная форма отношений позволяет обеспечить малому бизнесу гарантированный рынок сбыта, ускорить процесс накопления капитала, расширить производственные мощности, укрепить конкурентоспособность, модернизировать оборудование и многое другое.

Достаточно широкое развитие получили организуемые государственными органами и частными предприятиями специальные службы по оказанию различных консультационных услуг малым компаниям.

**Заключение**

Малое предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом, что наглядно видно из данной работы. Следовательно, лучший выход для России – это государственная политика правительства, направленная на расширение и развитие предприятий малого предпринимательства в нашей стране.

Долговременное направление структурной политики, естественным образом обеспечивающей взаимодействие воспроизводственных и рыночных процессов в российском хозяйстве, реализацию современной стратегии экономического роста в течение долговременного перехода.

Именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области малого предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечивал перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

Таким образом, как у предприятий, так и у государства до сих пор открытыми остается большое количество проблем, но, несмотря на сохранение довольно сложного экономического положения, реформирование экономики способствовало освоению новой модели общественно-экономического развития, имеющей рыночную ориентацию. Контуры современной экономики стали определять: направление на доминирование частного сектора, либерализация практически всех отраслей экономики и активизация рыночных регуляторов, локализация очагов кризиса, ориентация на платежеспособный спрос, то есть создание благоприятных условий для скорого подъема промышленности.

Социальная значимость малого предпринимательства определяется массовостью группы мелких собственников - владельцев малых предприятий и их наемных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта группа деятельного населения обслуживает основную массу потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка. При этом необходимо учитывать следующие важнейшие социальные факторы:

развитие малого предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса), самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющихся основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества;

занятие малым бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности;

объективно неизбежная реструктуризация экономики вынуждает все большее число граждан заняться самостоятельной предпринимательской деятельностью;

сектор малого предпринимательства способен создавать новые рабочие места, а следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы и социальной напряженности в стране;

массовое развитие малого предпринимательства способствует изменению общественной психологии и жизненных ориентиров основной массы населения, является единственной альтернативой люмпенской психологии и социальному иждивенчеству.[14]

Политическое влияние малого бизнеса в различных странах достаточно велико, поскольку эта социальная группа давно стала основой сформировавшегося среднего класса, наиболее представительного по своей численности и являющегося выразителем политических предпочтений значительной части населения.

В условиях устойчивого социально-экономического и политического развития общества мелкие предприниматели отличаются наибольшей приверженностью принципам демократии, политической стабильности и экономической свободы. Слой мелких собственников проявляет наибольшую активность и даже агрессивность при возникновении угрозы в отношении собственности, так как в отличие от крупных и средних собственников для владельцев малых предприятий их собственность зачастую является единственным средством к существованию и важнейшим способом самовыражения. Средний класс либо сам формирует свои политические движения, либо становится объектом борьбы различных политических сил за голоса избирателей.

Данный фактор определяет неразрывность связи малого предпринимательства с интересами местных и региональных сообществ, что обусловливает его зависимость от национальной основы и составляет питательную среду для его патриотических настроений. При этом, как свидетельствует исторический опыт патриотические настроения в среде мелких собственников в условиях экономического спада и политической нестабильности могут принимать крайние формы и подталкивать их к поддержке наиболее экстремистских политических сил.

**Список использованной литературы**

1. Альянс Медиа. 16 декабря 2010.
2. Белоусов М.С., Овчинников И.К. Экономика предприятия и отрасли промышленности. – Москва: Высшая школа, 2008.
3. Багиев Г.Л., Асаул А.Н., Организация предпринимательской деятельности.- СПб.: Изд-во СПбГУЭФ., 2007.
4. Виленский А. Финансовая поддержка малых предприятий//Экономист 2009 - №9.
5. Горфинкель В.Н., Швандар С.М., Купряков Н.И., Курс Предпринимательства. Москва, ИНФРА, 2007.
6. Еваленко М.. Региональное преломление общих проблем развития малого предпринимательства//Российский экономический журнал. – 2009. №2.
7. Закон «О развитии малого и среднего бизнеса РФ» от 02.10.2006.
8. Клейнер Г.Б., Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. – Москва: «КОНСЭКО», 2008.
9. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л., Малое предпринимательство. Москва. ИНФРА – М, 2007.
10. Минакир П.А., Системные трансформации в экономике. – Владивосток: Дальнаука, 2008.
11. Мескон М., Альберт М., Основы менеджмента. – Москва: «Дело», 2007.
12. Пресса и телевидение России.// Обзор прессы. 15 декабря 2009.
13. СамуэльсонП.Э., Нордхаус В.Д., Экономика. – Москва, 2007.
14. Успенский И.В., Маркетинг. – Санкт-Петербург: СПГУЭ и Ф., 2003.
15. Чемберлин Э., Теория монополистической конкуренции. – Москва, 2006.
16. Юркова Т.И., Юркос С.В., Экономика предприятий.- Москва, 2008.