## *Введение*

В настоящее время в России полным ходом идет развитие рыночной экономики. Проведение реформ и развитие рыночных отношений определили необходимость формирования и развития новых форм хозяйствования, в частности, предприятия малого и среднего бизнеса. Что экономически выгодно, так как появление большого числа фирм приводит к появлению новых рабочих мест, малым предприятием легче управлять в условиях нестабильного курса национальной валюты, а также это приносит реальные деньги в федеральный бюджет и бюджет регионов Российской Федерации. Развитие малого бизнеса в первую очередь необходимо старым крупномасштабным предприятиям, так как они дают им новую жизнь, и в союзе с ними получают значительную выгоду, как для себя, так и для рыночной экономики в целом. В виду того, что развитие малого и среднего бизнеса является одним из условий перехода России к полноценным рыночным отношениям, устойчивому развитию экономики, а также обеспечению стабильности в социальной сфере, я считаю данную тему наиболее актуальной в современной жизни нашей страны.

Целью в данной работе будет произвести характеристику малого и среднего бизнеса в России, выделить специфические особенности и обозначить основные и наиболее острые проблемы, стоящие перед малым и средним бизнесом в современных рыночных отношениях.

В первой части работы я предлагаю рассмотреть истоки и процесс развития малого и среднего бизнеса в Российской Федерации, а также дать ему определение. Во второй части ознакомиться с опытом работы российских предприятий малого бизнеса, на основании чего провести анализ и выделить наиболее острые проблемы развития малого предпринимательства в нашей стране и пути их решения. В третьей части данной работы отметить роль государства в развитии малого и среднего бизнеса в России.

# Глава 1. История развития, понятие и сущность малого бизнеса в России

***1.1. История развития малого и среднего бизнеса в России***

Российский малый бизнес является сектором экономики в буквальном смысле порожденным реформами. В течение нескольких десятилетий в России господствовала командная плановая экономика. В этих условиях управление национальным хозяйством велось на основе централизованного планирования. Планы носили директивный характер и являлись обязательными к выполнению. Руководители предприятий были ограничены в выборе экономических решений, в результате чего отсутствовала материальная заинтересованность в конечных результатах своего труда. Система управления экономикой страны по существу представляла собой аналог системы управления вертикально интегрированной корпорации. Принципиальная схема управления предприятиями в условиях централизованного управления экономикой представлена на рисунке 1 (прил. 1). Отсутствие самостоятельности в решении вопросов, определяющих деятельность предприятий, ограничивало возможности его интенсивного развития, сковывало инициативу работников всех уровней. В данной ситуации производители не имели возможности выбирать поставщиков сырья, оборудования, а также самостоятельно осуществлять сбыт продукции. Данные факторы только сдерживали рост качества продукции, производительности труда и введение инноваций. В свою очередь, потребитель был ограничен в выборе предлагаемых продуктов. Все это приводило к отсутствию конкуренции, которая вынуждала бы всех участников экономического процесса действовать эффективно и ответственно.

Централизованное управление экономикой имело своей целью обеспечение прогрессивных пропорций в развитии общественного производства, сбалансированного развития отраслей и формирования единого народного комплекса. Считалось, что это обеспечит более эффективное распределение ресурсов между отраслями и предприятиями. На практике, однако, должной сбалансированности развития отраслей достичь не удалось, более того, оно происходило на фоне больших противоречий./1/

К 80-м годам двадцатого столетия экономика России оказалась в кризисной ситуации, что требовало проведение ряд реформ, которые ознаменовали переход от командной плановой экономики к рыночной экономике. Так в середине 80-х годов партийные и хозяйственные руководители высшего уровня приняли решение о перестройке всей системы общественно-экономических отношений. Перестройка проходила в рамках социалистического уклада и сопровождалась некоторой демократизацией управления и гласностью. В процессе перехода от одной экономической системы к другой произошло зарождение новых форм хозяйствования. В данном случае я говорю об первых формах малого бизнеса. Истоками рождения малого бизнеса являются законы бывшего СССР в 1986 году «Об индивидуальной трудовой деятельности» и в 1988 году «О кооперации», а также положение комиссии по совершенствованию хозяйствования механизма при Совете министров СССР в 1988 году «Об организации деятельности малых предприятий». Дальнейшее развитие малого бизнеса, основанного на различных форм собственности и их сочетании, пошло с принятия Постановления Совета Министров СССР № 790 от 08.07.1990 года «О мерах по созданию и развитию малых предприятий».

В конце 80-х годах происходит зарождение и деятельность центров научно-технического творчества, временных творческих коллективов при общественных организациях, распространение бригадных подрядов, формирование эмоционально-психологических основ предпринимательской деятельности на базе частной собственности.

К началу 90-х сфера деятельности малого бизнеса расширяется, количество людей, принимающих в нём участие, увеличивается; предпринимательство приобретает характер активного многочисленного движения. Создаются кооперативы. Целью развития малого бизнеса является насыщение внутреннего рынка потребительскими товарами. В данном периоде происходит накопление и перераспределение капиталов, обретаются начальные знания, навыки работы малого предприятия. Началась подготовка к проведению так называемой малой приватизации, которая создавала необходимую базу для реального перехода к рыночным отношениям, повышения экономической эффективности российской экономики. Особую значимость в этот период имело развитие арендных отношений, которые можно рассматривать как российскую особенность малого предпринимательства.

В 1991 - 1992 гг. произошли коренные изменения в отношении государства к развитию предпринимательства. Были приняты многие законы, открывшие широкие возможности для масштабного развития предпринимательства. На данном этапе благодаря либерально-демократическим реформам малый бизнес развивался очень динамично. «На начало реформ пришелся мощный рывок людей в частное предпринимательство, прежде всего, в его малых формах. За 1992 год было создано порядка 190 тыс. новых малых предприятий, в 1,4 раза больше, чем за 1991 год». /2/ Данный период охарактеризовался появлением среднего и крупного бизнеса в России.

Период 1993 - 1994 гг. знаменуется широкомасштабной приватизацией и развитием всех видов предпринимательства, появлением множества собственников и интенсивным участием малого бизнеса в сфере услуг, торговли, общественного питания, легкой промышленности, производящих товары массового потребления и длительного пользования. Также происходит деление предприятий по критерию их размера в зависимости от численности работающих, стоимости основных и оборотных фондов, объема производства продукции и других показателей.

К 1995 году порядка 65% всех российских частных предприятий стали малыми. В это период создается нормативно-правовая база, регулирующая предпринимательскую деятельность в малых формах. Сформировывается сеть сервисных организаций, предоставляющих малым предприятиям образовательные, информационные, консультационные и финансовые услуги.

С 1997 года совокупный прирост числа малых предприятий примерно составил 0,1-2,5%, что свидетельствует о поступательном, хотя и очень медленном развитии сектора малого бизнеса. Однако в 2001 году был отмечен спад в развитии малого бизнеса, который усугубился в 2002 году. На 01 января 2003 года в стране насчитывалось всего 82,3 тысячи малых предприятий, хотя при развитой рыночной системе их должно быть несколько миллионов. Недостаточное развитие получили и индивидуальные предприятия (семейные и с применением наемного труда), а также крестьянские (фермерские) хозяйства и другие, хотя данные мелкие формы предпринимательской деятельности весьма полезны и доходны./3/ Но в 2003 году ситуация меняется в лучшую сторону и происходит значительный прирост количества малых предприятий, что продолжается до сих пор. Но, несмотря на колебания числа малых предприятий в стране, объем производимой ими продукции и услуг неуклонно растет, увеличивается и число рабочих мест.

Таким образом, если подвести итог и рассмотреть послеперестроечный период развития малого бизнеса в нашей стране, то можно выделить три периода:

1. период интенсивного становления предпринимательства (1990-1995гг.);

2. период насыщения и структурного оформления (1996-1998 гг.);

3. период цивилизованной модернизации (с 1998г. по настоящее время).

***1.2. Понятие и сущность малого бизнеса в России***

Понятие малого бизнеса неразрывно связано с размером действующих хозяйственных субъектов, т.е. малых предприятий. Так согласно принятому 14 июня 1995 г. Закону РФ № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%; доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимися субъектами малого предпринимательства не превышает 25% и в которых численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 человек;

в оптовой торговле – 50;

в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30;

в других отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек.

В ряде научных работ под малым бизнесом понимается деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законом, государственными органами и другими представительными организациями критериях. Как правило, наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу, является: численность персонала, размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода). Следует отметить, что критерии отнесения предприятий к малым в нашей стране пока не устоялись, поэтому в настоящее время широко обсуждаются вопросы уточнения критериев, в частности с точки зрения установления границы предельного получаемого малыми предприятиями ежегодного дохода. /2/

Малый бизнес – это базовая составляющая рыночного хозяйства, которая является наиболее совершенной формой производственно-экономических отношений, при которых предприниматель, работая в условиях полной хозяйственной самостоятельности и имущественной ответственности, становится подлинным хозяином. /2/

Малые и средние предприятия различаются по форме собственности, организационно-правовой форме, отраслевой и территориальной принадлежности, по размерам, по характеру деятельности, по структуре деятельности и отношению к происхождению капитала.

По форме собственности предприятия могут быть частными, государственными, муниципальными и иными.

В зависимости от целей деятельности выделяют коммерческие и некоммерческие предприятия. Коммерческие предприятия осуществляют предпринимательскую деятельность, и их основная цель – это получение прибыли.

По отраслевой принадлежности выделяют промышленные, сельскохозяйственные, транспортные, строительные и другие предприятия.

По размерам предприятия группируются на крупные, средние и малые.

По характеру деятельности (стадиям жизненного цикла продукта) выделяют исследовательские, проектные, конструкторские, производственные, сбытовые и другие предприятия.

По структуре деятельности предприятия разделяют на специализированные, производящие ограниченную номенклатуру товаров и диверсифицированные, производящие широкую номенклатуру товаров и работающие на разных рынках.

По отношению к происхождению капитала различают национальные, иностранные и смешанные предприятия.

Главными особенностями малого и среднего бизнеса являются: деятельность в хозяйственной сфере с целью получения прибыли, экономическая свобода, инновационный характер, реализация товаров и услуг на рынке, гибкость. А так же ограниченность его масштабов вызывает особый, личностный характер отношений между хозяином и работником, что позволяет добиваться действительной мотивации работы персонала и более высокой степени его удовлетворенности трудом. Относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта не позволяют фирме оказывать сколько-нибудь серьезное влияние на цены и общий отраслевой объем реализации товара. В малом бизнесе присутствует персонифицированный характер отношений между предпринимателем и клиентами, т.е. малое предприятие рассчитано на обслуживание сравнительно узкого круга потребителей. Малые предприятия в основном полагаются на сравнительно небольшие кредиты банков, собственные средства и “неформальный” рынок капиталов (деньги друзей, родственников и т.д.). Также в малом бизнесе высока доля оборотного капитала по сравнению с основным фондом. Если у крупных предприятий это соотношение 80:20, то у малых оно составляет 20:80.

За частую в малом бизнесе можно встретить семейное ведение дела: оно наследуется родственниками хозяина, чем диктуется прямая вовлеченность последних во всю деятельность предприятия.

Функциями малого предприятия, прежде всего, являются экономические, определяемые его ролью как, во-первых, работодателя; во-вторых – производителя продукции и услуг, в-третьих – катализатора научно-технического прогресса, в четвертых – налогоплательщика, в пятых – агента рыночных отношений.

Не менее значимой функцией, на мой взгляд, является социальная. Так через малые формы предпринимательской деятельности многие люди раскрывают и реализуют свой творческий потенциал. В основном здесь используется труд социально уязвимых групп населения (женщин, учащихся, инвалидов, пенсионеров, беженцев и т.д.), которые не могут найти себе применение на крупных предприятиях. Малые предприятия являются главным местом производственного обучения и своеобразным “полигоном” для обкатки молодых кадров.

Сфера деятельности малого и среднего бизнеса весьма обширна. Основными сферами деятельности малых предприятий являются торговля и общественное питание, сельское хозяйство, промышленность и строительство. Однако следует отметить, что самым распространенным видом является торговля и посредническая деятельность (более 70%). Производственной деятельностью занимается примерно каждый десятый предприниматель, примерно столько же предоставляют населению транспортные, строительные и бытовые услуги, занимаются переработкой сельскохозяйственной продукцией. На рынке информационных, медицинских и риэлтерских услуг занято незначительное число малых предприятий.

Основными потребителями продукции и услуг малого и среднего бизнеса является местное население, а также жители ближайших городов и населенных пунктов. Помимо этого их продукцией и услугами пользуются частные фирмы и предприниматели, государственные учреждения и организации, торгово-посреднические организации.

Важная роль малого и среднего бизнеса заключается в том, что он обеспечивает значительное количество новых рабочих мест, насыщает рынок новыми товарами и услугами, удовлетворяет многочисленные нужды крупных предприятий, а так же выпускает специальные товары и услуги.

В существующих условиях рыночных отношений в России малый и средний бизнес являются одним из наиболее перспективных форм хозяйствования. Однако, малые и средние предприятия не занимают того места, которое им отводится в экономически развитых странах, где число таких предприятий составляет свыше 80% от общего числа предприятий. В этом секторе экономики в развитых странах занято две трети работающих, производится более половины ВВП. Россия значительно отстает от стран с рыночной экономикой по этим показателям. Доля малого предпринимательства в ВВП России составляет не более 10-11%, стоимость основных фондов промышленности – чуть более 3%./4/

Что же мешает развитию малого и среднего бизнеса в России на современном этапе? Ответ на этот вопрос предлагаю рассмотреть во второй главе данной работы.

***Глава 2. Современные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России***

На деятельность малых и средних предприятий в России оказывают влияние сразу несколько факторов. Их можно разделить на две группы: факторы внутренней среды, обусловленные особенностями предприятия, и факторы внешней среды. Примеры внутренних и внешних факторов можно посмотреть на рисунке 2 (прил. 2).

В данной работе хотелось бы акцентировать внимание на внешние факторы воздействия на малый и средний бизнес, так как рассматриваем проблемы предприятий с макроэкономической точки зрения. Но и без понятия внутренних факторов не обойтись.

Под внутренней средой предприятия понимается совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы его жизнедеятельности. Многочисленные исследования подтверждают зависимость внутренней среды от внешних условий.

Внешняя среда подразумевает собой совокупность внешних по отношению к данному предприятию факторов, изменение значений которых существенно влияет на его состояние и результаты деятельности.

Внешняя среда для предприятий имеет важное значение:

1. как источник ресурсов;
2. как потребитель результатов деятельности предприятия и место общественного признания и оценки этих результатов;
3. как фактор, определяющий поведение, образ действий предприятия, отражающихся в установлении целей и осуществлении тех или иных стратегий.

Факторы внешней среды разделяются на две группы. Первая – это создающие угрозы, риски для деятельности предприятия; вторая – формирующие условия, возможности для их развития. Определяя стратегию развития предприятия, руководители стремятся выбирать такой образ действий, который позволит максимально использовать открывающиеся возможности и устранить риски.

Одной из самых существенных черт предпринимательства является его рисковый характер. Таким образом, граждане, решившие создать и осуществлять собственное дело, помнят, что они рискуют, так как действуют в условиях неопределенности. Кроме того, предпринимательству осуществляемому в малых масштабах кроме рисков присущих любым хозяйствующим субъектам, и определяемых сферой деятельности, этапом жизненного цикла организации; общей политической и социальной обстановкой и т.д., характерны риски связанные с небольшими размерами самих предприятий.

Малые предприятия, как субъект управления в рыночной экономике, характеризуются, прежде всего, как неустойчивая предпринимательская единица, наиболее зависимая от колебаний рынка. А это значит, что непредвиденные неблагоприятные изменения внешней среды наиболее негативно влияют на деятельность малого бизнеса. В то же время внешняя среда малых предприятий отличается собой в сравнении с крупным бизнесом, а также с государственными экономическими структурами, особой степени неопределенности. Это объясняется тем, что малые предприятия, как правило, действуют на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью неопределенности. Ключевой особенностью внешней среды малого бизнеса является, его объективно подчиненная роль в системе отношений с государством, крупным бизнесом, финансово-кредитными институтами. А также имеется специфическая черта, которая связана именно с периодом радикальных реформ, - это исключительная подвижность внешней среды, возрастание скорости, с которой в окружении малого бизнеса происходят изменения. И все это серьезно затрудняет для предприятия возможности адекватного на них реагирования.

Кроме негативных изменений внешней среды на возрастание неопределенности и степени рисков в деятельности малых предприятий влияет и внутренняя среда предприятия, во многом зависящая от размера малого предприятия. Внутренняя среда малого бизнеса, как и внешняя, имеет ряд отличий, например:

* в способах разделения труда;
* расстановке кадров;
* распределения прав и ответственности;
* проведения маркетинговой политики;
* налаживания финансовых потоков на предприятии;
* получении информации и т.д.

В настоящее время, по оценкам самих предпринимателей, в своей деятельности они сталкиваются с проблемами, такими как высокие налоги, дороговизна материально-технических средств, отсутствие кредитных ресурсов, что негативно сказывается на финансовом состоянии их предприятий. Данные социологических опросов приведены в таблице (прил. 3).

Серьезным сдерживающим фактором является низкий платежеспособный спрос населения, которое является основным потребителем продукции услуг малого бизнеса. Как отмечают специалисты, главная черта современной пирамиды в России – формирование и хроническое воспроизводство масштабной бедности, которая на протяжении десятилетия охватывает более 30% населения страны. Среди них более 10% в обозримой перспективе не имеют шансов изменить свое материальное и общественное положение./5/

Согласно многим исследованиям, предприниматели, особенно мелкие, единодушно жалуются на тотальный и повседневный грабеж со стороны государственных чиновников. Государственные службы буквально терроризируют их требованиями мелочной отчетности, частыми инспекциями и штрафами.

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.

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.

О сложностях взаимоотношений предпринимателей и региональных властей свидетельствуют также данные экспертного опроса, проведенного Союзом промышленников и предпринимателей. В опросе приняли участие 919 человек, отнесенных к категории «эксперты» и представляющих в основном малый (66%) и средний (20%) бизнес из всех федеральных кругов РФ, Москвы и Санкт-Петербурга. Из них 79,0% считают, что региональная власть своими действиями создает проблемы в бизнесе, так как преследует свои интересы близких к ней предпринимателей. Проводимая административная реформа, по мнению 42% слушателей Академии народного хозяйства при правительстве РФ, вряд ли изменит или даже ухудшит отношения между бизнесом и властью./5/

На низком уровне предприниматель также сталкивается с непониманием и субъективным отношением к малому бизнесу со стороны местной бюрократии. По мнению президента всероссийской ассоциации предпринимателей «Честное дело», Н.В. Бархатовой, «мелкий чиновник - это самое опасное, что может быть для бизнеса». /5/

Но главной причиной слабого развития малых предприятий является 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.

Среди наиболее актуальных проблем, от итогов решения которых, во многом, зависит дальнейшее развитие малого бизнеса в нашей стране, являются проблемы в налогообложении. Хотя данные проблемы решаются путем неоднократного пересмотра и внесения изменений в Налоговый кодекс РФ в части налогообложения субъектов малого бизнеса. В частности, 31 декабря 2001 г. Президент РФ подписал Федеральный закон РФ №198-ФЗ «О внесении дополнений и изменений в Налоговый кодекс РФ и в некоторые законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах». Данным законом внесены существенные изменения, касающиеся налогообложения субъектов малого бизнеса, в частности, с 1 января 2002 г. индивидуальные предприниматели и организации, переведенные на уплату единого налога на вмененный доход, становятся плательщиками единого социального налога (ЕСН). К сожалению, это лишь «малая капля» в облегчении жизненного пути малого предпринимательства.

Существует и ряд других проблем, которые неблагоприятно влияют на развитие малого предпринимательства, такие, например, как: несовершенство нормативно-правовой базы; трудности при решении финансово-кредитных вопросов; проблемы, связанные с получением деловой информации и т.д.

Еще одной из не менее важной проблемы является низкая квалификация самих предпринимателей и наемных работников. Некомпетентность управляющих или недостаточная способность персонала принимать решения стала главной причиной разорения малых фирм. Во многих странах с рыночной экономикой разрабатываются специальные программы управленческой поддержки малого бизнеса, создаются центры развития или «инкубаторы» мелкого бизнеса.

Специфическими проблемами в некоторых регионах РФ, в основном Сибири, являются высокая доля транспортной составляющей в расходах (62,4%), трудности сбыта продукции (20,6%), информационный голод (12,4%) и некомпетентность чиновников (3%).

Усилия предпринимателей по преодолению указанных проблем направлены в основном на улучшение технологии, снижении затрат, повышение профессионального уровня работников. Государство же, по мнению предпринимателей, должно направлять свои усилия на снижение налогов (64%), обеспечение доступности кредитов (62,8%), совершенствование законодательства (51,2%), резкое сокращение числа контролирующих инстанций (47,2%), защиту прав собственника (36,8%), искоренение коррупции и произвола чиновников (31,6%). Но 25% предпринимателей считает, что специфических региональных проблем в развитии бизнеса нет./5/

Удельные издержки производства и обращения у малых предприятий, как правило, выше, чем у крупных предприятий: им труднее получить кредит, наладить рекламу; требуется затрачивать относительно больше средств на обучение и переподготовку кадров, изучение рынка, получение необходимой информации и т.д., поэтому практически во всех индустриально развитых странах малым предприятиям устанавливаются определенные льготы и оказывается государственная поддержка.

В России по мере развития малого и среднего бизнеса и укрепления рыночных отношений возникли общественные организации малого и среднего предпринимательства, например, Союз предпринимателей России. Существуют также федеральные и местные фонды финансовой помощи, основной задачей которых является стимулирование развития приоритетных производственных видов деятельности малых предприятий. Ежегодно проводятся различные экономические форумы, посвященные проблемам малого предпринимательства как на федеральном, так и на местном уровнях.

В последние годы широко исследуются вопросы о наиболее эффективных и формах и методах государственной поддержки, не подрывающих основ предпринимательства и интересов частного собственника, и одновременно способных оказывать реальную помощь в становлении и развитии малого предпринимательства в России.

#### Глава 3. Основные направления государственной поддержки развития малого бизнеса в Российской Федерации

Механизм формирования и осуществления поддержки малого бизнеса может сложится только под влиянием тех задач, которое поставит перед собой государство.

Опыт развитых стран показывает, что для вовлечения предпринимательского потенциала в развитие экономики требуется содействие государства в создании необходимых предпосылок для нормального функционирования малого и среднего бизнеса, в устранении возникающих проблем и отклонений от намеченных целей.

К сожалению, в России система развития и поддержки малого предпринимательства осуществляется в условиях заметного ослабления государственного воздействия на данные процессы. Деятельность многочисленных государственных и полугосударственных структур поддержки малого предпринимательства сводится в ряде случаев к самообеспечению, фиксированию проблем и препятствий, возникающих перед предпринимателями, а реальная помощь носит единичный характер. /4/

Однако отметим, ряд функций государства, благодаря которым должна осуществляться государственная поддержка малого предпринимательства. Во-первых, государство выступает как властная структура, устанавливающая рамочные условия функционирования субъектов рынка, т.е. разработка и контроль за соблюдением нормативно-правовых актов. Во-вторых, государство является собственником имущества, что служит основанием для распоряжения и непосредственного управления государственным имуществом. И в-третьих, государство является своеобразным инструментом экономического регулирования и стимулирования рыночных процессов. Таким образом, исходя из этих функций, в ряде документов есть отражение государственной поддержки малого и среднего бизнеса по следующим направлениям:

* создание институциональных основ;
* управленческая научно-методическая поддержка;
* правовое обеспечение и защита предпринимательства, отраженные в законодательствах о предприятиях, антимонопольном, налоговом, внешнеторговом, отраслевом законодательствах, хозяйственном, коммерческом кодексах, в системе специальных законов о статусе и льготах для мелких и средних предприятий, инновационных предприятий;
* финансово-кредитная поддержка;
* налоговая политика;
* антимонопольная политика.

Рассмотрим лишь некоторые формы государственной поддержки на развитие малого и среднего бизнеса.

Динамичное развитие малого предпринимательства и его эффективное участие в решении социально-экономических проблем на федеральном, региональном и муниципальном уровнях во многом зависят от наличия необходимых институциональных основ. /4/

К началу XXI века в регионах России создано 80 региональных фондов поддержки малого и среднего предпринимательства, 54 региональных бизнес-инкубатора, 46 центров, созданных межрегиональным маркетинговым центром «Москва», 36 бизнес-центров, 98 учебно-деловых центров. Полнота и комплексность институтов и инфраструктурной поддержки различаются по регионам России. Практически инфраструктура создает каналы, по которым государственная поддержка доводится до ее получателя. Одновременно через элементы инфраструктуры реализуются отдельные рыночные услуги. Кроме того, через объекты инфраструктуры налаживаются деловые контакты и кооперация, что способствует самоорганизации малого предпринимательства./4/

Под управленческой научно-методической поддержкой подразумевается консультирование, обучение, информационное обслуживание, проводимое органами правительства, а также через различные программы на местах. Сюда же относятся финансирование и участие в работе учебных и консультационных центров и других организаций, оказывающих непосредственную поддержку предпринимателям. Проведение разработки учебных пособий, курса лекций для начинающих предпринимателей. А так же создание благоприятных условий и помощь в разработке и передаче инновационных технологий.

Одну из прогрессивных и действенных форм поддержки малого бизнеса представляет бизнес-инкубирование. Главное назначение бизнес-инкубатора в том, чтобы создать наиболее благоприятные условия для «выращивания» малых предприятий путем предоставления различных видов услуг (консалтинговых, арендных обучения, кредитования) на льготных условиях. Эффективность бизнес-инкубатора обеспечивается за счет комплексного сопровождения малых предприятий на всем протяжении реализации их проектов: от обучения и составления бизнес-планов до выпуска готовой продукции.

Важным инструментом государственной поддержки 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.

Финансово-кредитная поддержка малому бизнесу осуществляется путем реализации государственных целевых программ, предоставление льготных и безвозмездных субсидий прежде всего на цели научно-технического развития. В предоставлении гарантий по займам предприятий малого бизнеса у частных банковских структур для переоснащения производства, его расширения. Участие в деятельности и формировании ресурсов различных кредитно-финансовых и инвестиционных организаций. Повышение кредитоспособных мелких предприятий с помощью системы кредитования. Формирование системы банковских услуг, ориентированных на малых предпринимателей.

Государственная поддержка малому и среднему бизнесу в налоговой политике проявляется через льготную систему налогообложения и систему ускоренной амортизации основных средств.

Антимонопольная политика включает в себя, во-первых, меры по обеспечению справедливых равноправных условий подрядных отношений и сделок по государственным займам, а также между крупными и небольшими предприятиями; во-вторых меры по предупреждению задержек платежей со стороны крупных фирм небольшим подрядным предприятиям; в-третьих меры по предотвращению банкротств мелких компаний, а также гибкую таможенную политику.

К сожалению, в России сложилась парадоксальная ситуация, когда происходит постоянный рост количества разнообразных структур поддержки малого и среднего бизнеса, формируются все новые общественные движения – союзы, ассоциации, объединения, а бюджетная поддержка малого предпринимательства постоянно сокращается. Опыт развития малого предпринимательства показал, что недостаточная эффективность различных форм государственной поддержки в России во многом вызвана слабой подготовленностью данного сектора экономики к ее восприятию. В перспективе государство, в принципе как любой кредитор, должно четко представлять и уменьшать свои риски, для чего следует упорядочить, координировать, контролировать финансовые средства, направляемые на малый бизнес через различные структуры.

Государственный контроль за деятельностью малых предприятий заключается, прежде всего, в соблюдении норм, установленных различными федеральными и региональными органами власти для процессов производства и реализации продукции и услуг. При этом конкретизация объекта контроля и прав, которыми наделяются те или иные органы при осуществлении ими контрольных функций, фиксируются нормативно-законодательными и правовыми актами. Однако, принятый в 1995 году Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» явно устарел и уже не отвечает современным условиям рынка. Так, требуют уточнения вопросы финансовой поддержки малого и среднего бизнеса и взаимоотношений с бюджетом. Следует заново определить порядок создания, функционирования и ликвидации малых предприятий. А также ряд сфер деятельности малого бизнеса требует законодательного оформления, например, восполнение пробела тех законодательных норм, которые регламентируют взаимодействие малых и крупных предприятий.

Первым важным шагом к формированию последовательной государственной поддержки и развитию малого и среднего бизнеса стали разработка и принятие в декабре 2001 года Государственным советом Российской Федерации Концепции государственной политики поддержки и развития малого предпринимательства в РФ. Данный документ декларирует отношение власти к малому бизнесу и должен быть базой формирования основных направлений совершенствования государственной политики в этом важном секторе экономики, как малый бизнес. Следует отметить, что реализация изложенных в Концепции намерений государства потребует разработки четкой программы действий на ближайший период и более отдаленную перспективу (5-10 лет), а также осуществления контроля за реализацией основных положений этого документа.

Из всего сказанного, очевидно, что от уровня развития не только крупного, но и малого и среднего бизнеса, результата партнерских отношений между государством и бизнесом, от учета в полной мере интересов обеих сторон в значительной степени зависит экономический и политический прогресс России. Именно поэтому процесс взаимодействия государственных структур и предпринимательства не может носит спонтанный характер. Он должен быть хорошо управляемым и организованным. У всех участников этого процесса должны быть единые цели и намерения. Для стабильного развития малого предпринимательства все стороны обязаны прилагать постоянно возрастающие усилия, действовать заодно на принципах открытости, честности, откровенности и справедливости.

##### Заключение

На основании вышеизложенного, хотелось бы подвести некоторые итоги. В процессе рассмотрения развития малого и среднего бизнеса в России, было выяснено следующее. Малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность. Он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться. А также создавать атмосферу конкуренции и ту среду предпринимательства, без которой рыночная экономика невозможна.

Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Не малый успех малого бизнеса в этой области объясняется 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 охотнее берутся за освоение оригинальных нововведений. Малые предприятия стремятся как можно скорее наладить массовое производство. Что, прежде всего, приводит к расширению рынка предлагаемых товаров и услуг, что в свою очередь активно стимулирует процесс производства с целью наиболее быстрого удовлетворения спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

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 не только в количестве производимой продукции, но и в ее качестве, чтобы прибыль доставалась именно им.

Мелкие и средние предприятия в свою очередь являются опорой для крупных компаний, так как массовый выпуск промышленных изделий длительного потребления (автомобилей, холодильников, телевизоров и т. п.) вызывает потребность в соответствующих промышленных услугах по ремонту и обслуживанию. Ведь из-за своей громоздкости крупные монополисты вынуждены затрачивать много усилий в этом направлении или создавать разветвленную сеть мелких филиалов, что само по себе тоже достаточно дорогостоящее занятие, служащее в основном для поддержания престижа крупной фирмы.

Малые фирмы с меньшими затратами удовлетворяют потребности в дефицитных видах товаров и услуг на основе разработки местных источников и обеспечивает при этом большую занятость. Создавая новые рабочие места, происходит снижение уровня безработицы и социальной напряженности в стране.

Развитие малого предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников, так называемого среднего класса, самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющихся основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества. Однако, занятие малым бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности.

Таким образом, малое предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом и, следовательно, лучший выход для России – это создание такой политики государства, которая была бы направлена на расширение и развитие предприятий малого предпринимательства в нашей стране.

Однако, перспективность сектора малого и среднего бизнеса в современной экономике, не следует рассматривать лишь как очередную компанию в системе антикризисной политики правительства РФ. Именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области малого предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечивая перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

Хотя у предприятий, как и у государства до сих пор остаются открытыми большое количество проблем, и до сих пор сохраняется довольно сложное экономическое положение, все же продолжается реформирование экономики, что способствует освоению новой модели общественно-экономического развития, имеющей рыночную ориентацию. В современной политике государства все более акцентируется внимание в сторону доминирования частного сектора, либерализации практически всех отраслей экономики и активизации рыночных регуляторов, локализации очагов кризиса, ориентации на платежеспособный спрос, то есть создание благоприятных условий для скорого подъема промышленности.

## *Библиографический список*

1. Б.М. Маклярский. Экономика России. Учебное пособие / Б.М. Маклярский. – М.: Международные отношения, 2001, 304 с.
2. Л.Н. Никитина, М.И. Худилайнен. Становление малого бизнеса в России // Инновации, № 9, 2006, с. 63 – 67
3. А.И. Архипов, А.К. Большаков. Экономика / А.И. Архипов. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2006, 840 с.
4. А.Г. Зельднер, И.Ю. Ваславская, В.К. Южелевский. Государство и экономика: Факторы роста / А.Г. Зельднер, И.Ю. Ваславская, В.К. Южелевский. – М.: Наука, 2003, 214 с.
5. З.И. Калугина. Большие проблемы малого бизнеса Сибири // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства, № 2, 2006, с. 105 – 127
6. Т.В. Бутова, М.В. Ерхов. Власть и бизнес в современном обществе / Т.В. Бутова, М.В. Ерхов. – М.: Маросейка, 2007, 192 с.
7. А.Г. Грязнова, Н.Н. Думная. Макроэкономика: теория и российская практика. – М.: КноРус, 2006, 678 с.
8. Е.В. Лысаковская. Проблемы и перспективы государственной поддержки малого и среднего бизнеса // Право и образование, № 5, 2006, с. 261 - 266
9. А.И. Антилов. Проблемы малого предпринимательства в национальной экономике // Актуальные проблемы современной науки, № 6, 2006, с. 14 - 22
10. Н.Н. Малис. Малый бизнес имеет налоговый потенциал // Финансы, № 7, 2006, с. 30 - 33