**СОДЕРЖАНИЕ**

Ведение

Глава 1.Особенности финансов организаций малого бизнеса

 1.1 Значение и задачи малого предприятия

 1.2 Основные критерии принадлежности к малому бизнесу

 1.3 Государственная поддержка малого бизнеса

 1.3.1 Фонды поддержки малого предпринимательства

 1.4 Финансы предприятий малого бизнеса и их особенности

 1.4.1 Гибкость приспособления к рыночной конъюнктуре

 1.4.2 Инновационная роль малого предпринимательства

 1.4.3. Особенности целеполагания

 1.4.4 Особенности менеджмента

 1.4.5 Особенности финансирования деятельности

 1.4.6 Особенности трудовых отношений

 1.4.7 Особенности налоговой политики государства по от­ношению к деятельности малого предприятия

 1.4.8 Качественные характеристики российского малого предприятия

 1.4.9 Лизинг как форма кредитования малого бизнеса

Глава 2. Анализ финансового состояния предприятия

 2.1 Анализ состава, структуры и динамики имущества предприятия

 2.1.1 Анализ и характеристика структуры актива баланса предприятия

 2.1.2 Анализ состава, структуры и динамики основного капитала

 2.1.3 Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов

 2.1.4 Анализ дебиторской задолженности

 2.2 Анализ источников финансирования имущества предприятия

 2.2.1 Анализ состава, структуры и динамики источников формирования имущества

 2.2.2 Оценка структуры собственного и заемного капитала

 2.3 Расчет и оценка финансовых коэффициентов ликвидности и платежеспособности предприятия

 2.3.1 Оценка и анализ ликвидности баланса предприятия

 2.3.2 Оценка и анализ финансовых коэффициентов ликвидности

 2.3.3 Факторный анализ коэффициента текущей ликвидности

 2.4 Анализ финансовой устойчивости

 2.4.1 Определение типа финансовой устойчивости

 2.4.2 Оценка финансовых коэффициентов рыночной устойчивости

 2.5 Расчет и оценка прибыльности и рентабельности

 2.6 Анализ деловой активности предприятия

 2.6.1 Оценка деловой активности путем соотношения темпов роста основных показателей

 2.6.2 Расчет и оценка показателей величины и динамики
собственных оборотных средств

 2.6.3 Расчет и оценка показателей оборачиваемости оборотных средств

 2.6.4 Расчет и оценка показателей оборачиваемости запасов

 2.6.5 Расчет и оценка показателей оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности

Заключение

Список используемой литературы

Приложение

**ВВЕДЕНИЕ**

 В последнее время в России созрел достаточно серьезный вопрос: кто займет место ныне распадающихся крупных монополистических предприятий, относящихся как к тяжелой, так и к другим не менее важным отраслям промышленности? Ответ кажется простым только на первый взгляд: заполнить освободившееся пространство структурами, вновь образовавшимися за счет крупных вложений в изуродованные распавшимися связями государственные предприятия. Но на самом деле все гораздо сложнее. Деньги вкладываются, время идет, а результат равен нулю. А дело все в том, что руководители предприятий, избалованные несамостоятельной жизнью в стране, где никто ни за что не отвечает, никак не могут найти ту гибкость в принятии решений, которой им так не хватает. Государственные предприятия в нашей стране, к сожалению, пока не умеют работать в среде развития конкуренции, научно-технического прогресса, нормализации процессов ценообразования, постепенного освобождения от тенденций к упадку и т.д. Поэтому необходимо дать свободу для развития предприятий малого бизнеса. Они могут дать России необходимую насыщенность рынка, тенденцию к устойчивости цен, среду конкуренции, которой так не хватало крупным монополистам-гигантам, из-за чего страдало качество, а процесс внедрения новых технологий всегда был заторможен.

 Кто же сейчас может поддержать российскую экономику? Это дело и нужно отдать в руки мелкого и среднего предпринимательства. Экономически это выгодно, потому что появление большого числа фирм приведет к появлению новых рабочих мест. Малым предприятием легче управлять в условиях нестабильного курса национальной валюты, да и это принесет реальные деньги в бюджет не только центра, но и регионов, что особенно важно, учитывая выделение Москвы и огромный упадок субъектов Российской Федерации. И одним из самых главных преимуществ является то, что появление малого и среднего бизнеса неизбежно ведет к появлению конкуренции на отечественном рынке, чего так не хватало экономике России на последних этапах развития, что привело к создание монополий и сосредоточению власти, как политической, так и экономической, в руках небольшой группы людей, которые обладали огромными капиталами.

Цель курсовой работы – провести анализ системы финансов малого предпринимательства и факторов влияния на нее.

Задачи курсовой работы:

- изучить условия, факторы развития малых предприятий в России;

- проанализировать государственные меры поддержки малого предпринимательства;

- выявить преимущества и недостатки развития малого бизнеса в России;

- определить источники финансирования малых предприятий;

- проанализировать финансы предприятий малого бизнеса и их особенности;

- определить пути улучшения финансовой системы на предприятиях малого бизнеса.

Предметом анализа является исследование финансов предприятий малого бизнеса и проведение анализа финансового состояния предприятия (по варианту).

**ГЛАВА 1. ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО БИЗНЕССА**

**1.1 Значение и задачи малого предприятия**

 В современный период перехода от плановой экономики к рыночному хозяйству особое значение приобретает развитие среднего и мелкого предпринимательства, малого бизнеса. Именно малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономично решать проблемы реструктуризации экономики, формирование и насыщение рынка потребительских товаров в условиях дистабилизации экономики и ограниченности финансовых ресурсов.

 Малое предпринимательство, оперативно реагирующее на изменение конъюктуры рынка, придаёт экономике необходимую гибкость. Малые компании способны оперативно реагировать на изменения потребительского спроса и за счёт этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Малый бизнес вносит существенный вклад в формировании конкурентной среды. Это один из ведущих секторов, во многом определяющий темпы экономического роста, состояние занятости населения, структуру и качество валового национального продукта.

 Развитие малого и среднего бизнеса несёт в себе множество перспектив:

- увеличение числа собственников, а значит, формирование среднего класса – главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе;

- рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп;

- создание новых рабочих мест с относительно низкими затратами, особенно в сфере обслуживания;

- подготовка кадров за счёт использования работников с ограниченным формальным образованием, которые приобретают свою квалификацию на месте работы;

- ликвидация монополии производителей, создания конкурентной среды;

- улучшение взаимосвязи между различными секторами экономики.

 Необходимо отметить, что экономический риск в сфере малого предпринимательства, как правило, выше и “жизненный цикл” малых предприятий обычно короче, чем крупных компаний. Даже в благополучных промышленно развитых странах небольшие предприятия испытывают целый ряд характерных трудностей.

 Так, малые фирмы чаще всего проигрывают крупным в борьбе за кредиты. Банки отказывают малым фирмам в ссудах, а если и дают то под высокие проценты, что приводит к росту сибистоимости продукции и затрудняет модернизацию производства из–за недостатка средств. Небольшие фирмы хуже крупных справляются с экспортными и валютными операциями, маркетингом, как в частности изучение спроса на свою продукцию, так и проведение рекламных кампаний. Они чаще испытывают недостаток в квалифицированной рабочей силе и более чувствительны к состоянию экономической среды: если в связи с инфляцией уровень издержек опережает уровень доходов, фирма неизбежно терпит крах. Серьезную проблему для малых фирм представляет имитирование деятельности. Лишь часть из них осуществляет производственное имитирование.

 Говоря о роли малого бизнеса, следует подчеркнуть, что малые предприятия – это побочная сфера экономики. Малый бизнес ограниченно включается в хозяйственную структуру, конкурентную среду и в общественное разделение труда. Причем роль его в современной динамичной жизни неуклонно возрастает. Как показывает опыт развитых стран, если в прошлом малые предприятия создавались, как результат стремления многих открыть собственное дело, то в настоящее время создание малых предприятий нередко инициируется крупными компаниями, которые поручают им вести отдельные виды производства или устанавливать тесные связи с рынком. Часть мелких и средних предприятий включена через контрактную и субконтрактную системы, через систему франчайзинга в крупные производственные комплексы, и большие компании являются клиентами малых фирм, а последние – поставщиками для больших.

 Конкретно роль малого бизнеса проявляется в том, что его развитие способствует:

- созданию новых рабочих мест;

- внедрению новых товаров и услуг;

- удовлетворению нужд крупных предприятий;

- обеспечению специализированными товарами и услугами.

 Создание новых рабочих мест - это важнейший фактор, который несет в себе развитие малого бизнеса. Фактор, не только обеспечивающий средствами к существованию значительную часть населения, но и способствующий стабилизации обстановки в обществе. Так, более 7 млн. малых фирм США обеспечивают работой более 100 млн человек.

Другая важнейшая сторона деятельности малых предприятий – это внедрение новых товаров и услуг. Достижения малого бизнеса в этой области затронули производство безопасных бритв, электронных наручных часов, вертолетов, нержавеющей стали, копировальных аппаратов и многого другого. В США, например, малый бизнес производит более 60 % всех услуг, половину всей продукции и почти половину всех идей и нововведений.

 Помимо того, что малые предприятия внедряют новые товары и обеспечивают рабочие места, они играют важную роль в деятельности крупных корпораций, занимаясь сбытом их продукции, обслуживанием, снабжением. В частности, большие возможности для реализации продукции крупных предприятий через сеть мелких фирм имеет франшиза.

 Франшиза, или лицензия, дает возможность использовать торговую марку крупной компании и продавать ее товары или услуги в определенном регионе.

 Наконец, многие малые фирмы возникают и существуют потому, что способны удовлетворять особые нужды клиентов. Например, естественно, что для ремонта старинных часов, антикварных изделий и т.п. создаются малые предприятия.

 Таким образом, малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без чего немыслима его высокая эффективность.

**2 Основные критерии принадлежности к малому бизнесу**

Однозначного определения малого бизнеса нет. Обычно его связывают с объемом деятельности и численностью работающих на предприятии. В Российской Федерации этот критерий не одинаков для разных отраслей экономики. Предельные уровни численности (в среднегодовом исчислении) в различных сферах деятельности, установленные Законом РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», приведены в таблице 1.1

 Таблица 1.1

Численность работников малых предприятий

|  |  |
| --- | --- |
| Отрасль деятельности | Предельный уровень численности работников, чел. |
| Промышленность | 100 |
| Строительство | 100 |
| Транспорт  | 100 |
| Сельское хозяйство | 60 |
| Научно-техническая сфера | 60 |
| Оптовая торговля | 50 |
| Розничная торговля и бытовое обслуживание населения | 30 |
| Остальные отрасли и другие виды деятельности | 50 |

 В разных странах в настоящий момент используются различные критерии при отнесении организаций к предприятиям малого бизнеса. В Четвертой директиве Совета Европы выделено четыре основных критерия для признания организаций в качестве малых предприятий:

1. Котирование акций на бирже. Акции малого предприятия не могут котироваться на бирже. В противном случае такое предприятие относится к крупным вне зависимости от того, удовлетворяет ли оно критериям, приведенным ниже.

2. Валюта баланса не более 2,5 млн евро.

3. Выручка от реализации не более 5 млн евро.

4. Среднее число занятых не более 50 человек.

 Для отнесения организации к субъектам малого предпринимательства она в течение двух следующих друг за другом отчетных периодов должна удовлетворять в обязательном порядке первому критерию и любым двум из трех последних критериев.

 Большинство стран Европейского союза уже приняли соответствующие законы, которыми распространили действие Четвертой директивы на свои территории (хотя специфика есть у многих стран, отклонения от этих показателей несущественны).

 Те же самые критерии установлены в Великобритании и Австралии. Исключения составляют только Канада (где определение малого предприятия отсутствует) и США. В этих странах критерии отнесения к малым предприятиям следующие:

1. Выручка от продаж менее 25 млн долл. США.
2. Предприятие зарегистрировано в США или Канаде.
3. Предприятие не является инвестиционной компанией.
4. Имеется дочернее предприятие, большая часть капитала которого принадлежит материнской компании.

 Как видно из приведенных данных, Россия является единственной из рассматриваемых стран, где отсутствуют стоимостные критерии отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства. Отсутствие такого критерия можно считать пробелом нашего законодательства. В то же время дифференциация количества работников в зависимости от вида деятельности организации вполне оправдана. Например, выручка от продаж организации оптовой торговли с пятью работниками может в несколько десятков и даже сотен раз превышать оборот организации, оказывающей бытовые услуги населению, с тем же числом сотрудников.

**1.3 Государственная поддержка малого бизнеса**

 Цель государственной поддержки бизнеса – создание равных условий для всех объектов хозяйствования, занятых в сфере бизнеса, а также выранивание предприимательских структур по сравнению с другими сферами общественного производства. Особенно в такой поддержке нуждается мелкий и средний бизнес.

 Россия, как самостоятельное государство гарантирует ныне всем предпринимателям, независимо от избраных ими организационных форм предпринимательской деятельности, равные права создаёт равные возможности для функционирования, доступа к материально – техничиским, финансовым, трудовым, информационным, природным и другим ресурсам, при условии выполнения работ и поставок для государственных потребностей.

 Государственная политика бизнеса в России осуществляется на основе закона “О предпринимательстве”.

 Данные положения закона стали отправной точкой стимулирования, создания предприятий, фирм, особенно малых форм бизнеса. Так по данным Минфина в России в 1992 году из созданных предприятий 88,8 % вновь зарегистрированых и только 11,2 % созданых путём реорганизации действующих. Из общего числа мелких предприятий только 18,8 % являються часными, 0,3 % - выкуплеными трудовыми коллективами. Наибольший удельный вес занимают предприятия, фирмы по производству товаров народного потребления – 18 %, строительные и ремонтно – технологические – 17 %, научно – внедренческие – 10 %, по производству стройматериалов - 15,7 %, по производству и переработке сельхоз продукции 14,4 %.

 Поддержку производства мелкого и среднего бизнеса осуществляют государственные органы управления, которые имеют специальные службы, органы регионального и месного управления, м также госадминистрации.

 Специальным органом государственной поддержки бизнеса в России являетса Государственный комитет России по содействию малым предприятиям и предпринимательству, Госпредпринимательство России, с соответствующими структурами на местах.

 Государственное предпринимательство организует разработку проектов законов и нормативных актов, призваных способствовать развитию бизнеса, выступает с предложениями о внесении поправок к действующему законодательству; по поручению Верховног Совета и Кабинета Министров России готовит проекты и реализует программы поддержки производства; взаимодействует с фондом поддержки развития мелких предприятий и развития конкуренции; фондом госимущества России; министерствами и ведомствами, которые на основании законодательных актов осуществляют поддержку, регулирование и контроль в разных сферах деятельности бизнеса.

 Существует союз малых предприятий России. Он осуществляет их правовую защиту, аудиторское консультирование, формирует фонд взаимного кредитования; проводит семинары, коференции, школы предприниматеьства; разработку документов, методических пособий; огранизовывает работу собственной товарной биржи; создаёт конпьютерно – информационный банк данных о малых предприятиях РОссии; занимается редакционно – издательской деятельностью; содействует развитию внешнеэкономических связей предпринимателей, и, наконец, обеспечивает социальную защиту работников малых предприятий. Позитивной оценки заслуживает и деятельность региональной ассоциации малых и средних предприятий, в структуре которой создан информационно – обслуживающий цент и другие подразделения инфраструктуры коллективного пользования.

 Вместе с тем сегодня в России отсутствует действующий механизм поддержки, развития и защиты бизнеса. Об этом свидетельстуют недостатки и сложности, встречающиеся в процессе функционирования предприятий бизнеса. Поэтому перед правительством ,заинтересоваными организациями открывается широкое поле деятельности. При этом синхронно следует развивать как государственную систему поддержки бизнеса, так и иннициативу предпринимателей, малых, средних предприятий по объединению усилий в сфере государственно – финансовой деятельности.

***1.3.1 Фонды поддержки малого предпринимательства***

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

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

- содействие в формировании рыночных отношений на основе государственной поддержки малого предпринимательства и развития конкуренции путем привлечения и эффективного использования финансовых ресурсов для реализации целевых программ, проектов и мероприятий в области малого предпринимательства;

- участие в разработке, проведении экспертизы и конкурсном отборе, а также в реализации федеральных, региональных (межрегиональных), отраслевых (межотраслевых) и муниципальных программ развития и поддержки малого предпринимательства, демонополизации экономики, развития конкуренции, насыщения товарного рынка, создания новых рабочих мест;

- участие в формировании инфраструктуры рынка, обеспечивающей равные условия и возможности для осуществления деятельности в области малого предпринимательства;

- поддержка инновационной деятельности предпринимательских структур, стимулирование разработки и производства принципиально новых видов продукции, содействие в освоении новых технологий и изобретений;

- содействие в привлечении отечественных и иностранных инвестиций для реализации приоритетных направлений деятельности по созданию конкурентной среды и развитию малого предпринимательства;

организация консультаций по вопросам налогообложения и применения норм законодательства.

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

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

**1.4 Финансы предприятий малого бизнеса и их особенности**

***1.4.1 Гибкость приспособления к рыночной конъюнктуре***

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

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

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

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

 С появлением качественно новой техники, основанной на широком применении микросхем, стало возможным за счет резкого ускорения переналадки оборудования перейти к выпуску продукции небольшими сериями, непрерывно обновляя ее номенклатуру. Для крупных предприятий становится более выгод­ным передавать малым часть заказов на мелкосерийную про­дукцию, специальные модули или завершающие операции по сборке. Используя лизинг, малые специализированные предприятия быстро обзавелись современным оборудовани­ем. На основе субконтрактов многие из них получили доступ к технической документации, рабочим чертежам, производ­ственным ресурсам крупного предприятия. Будучи заинтересованными в "при­вязке" зарекомендовавших себя субпоставщиков, крупные предприятия конст­руируют и проектируют для них новые изделия, помогают улучшать технологию производства, совершенствовать ме­тоды контроля за качеством продукции и т. п.

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

 Многосторонняя кооперация небольших и совсем мел­ких специализированных предприятий, имеющих самое раз­ное происхождение и различный хозяйственно-правовой статус, стала доминирующей тенденцией современного про­изводства. Она приобретает все более широкий масштаб и разнообразные формы — субподряда в промышленности, франчайзинга в торговле и услугах, развития отдельных видов обслуживания (деловые и профессиональные услуги, автосервис, предприятия быстрого питания и т. д.), совмес­тного выхода на внешние рынки, венчурного бизнеса и т.п. Благодаря возможностям кооперации малый бизнес пользуется рыночными преимуществами на основе деталь­ного знания своей клиентуры, близости к дифференциро­ванным рынкам. Это характерно прежде всего для пред­приятий, обслуживающих те сегменты рынка, которые из-за своей малой емкости не слишком интересуют крупный бизнес. К ним относится большая часть производства потребительских товаров, в том числе новейших. Номенклатура продукции здесь отличается стабильностью, технология про­изводства еще не отработана, что создает для МП много­численные рыночные "ниши".

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

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

***1.4.2 Инновационная роль малого предпринимательства***

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

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

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

***1.4.3. Особенности целеполагания***

В рыночных условиях раз­личия между крупными и малыми предприятиями в воп­росах целеполагания определяются тем, что первые фор­мируют рыночную конъюнктуру, а вторые подстраиваются под нее. У небольших фирм отсутствуют детальные стра­тегические планы. По мнению предпринимателей, достаточно и ориентировочных оценок основных параметров деятельно­сти, поэтому даже важнейшие решения зачастую принима­ются ситуативно.

 Неразвитость стратегического мышления наиболее бо­лезненно сказывается в первые годы существования малого предприятия, когда на деле проверяется необходимость предлагаемых им товаров и услуг. Если малое предприятие нашло свою нишу, в дальнейшем из-за ее локальности надо лишь поддерживать стационар­ный режим функционирования на основе стандартных опе­ративных решений. Потребность в стратегическом плане по­является, если малый бизнес решил перешагнуть порог, от­деляющий его от среднего.

 Ограниченный временной горизонт управленческих ре­шений малого предприятия в ситуации неустойчивой рыночной конъюнкту­ры переходного периода имеет определенные преимущества по сравнению со стратегическим планированием крупного предприятия. Когда успех бизнеса в большей мере обуслов­лен регулирующим воздействием государства (или отсутстви­ем такового воздействия), чем внутрифирменными факто­рами, стратегический план развития, разрабатываемый в скользящем режиме и включающий средне- и краткосроч­ные программы, может оказаться неэффективным в силу своей неизбежной жесткости. Позволяя надежно диагности­ровать, контролировать конъюнктуру в условиях стабиль­ности, такой порядок управления, присущий большому биз­несу, плохо приспособлен к необходимости быстрой адапта­ции в случае постоянно меняющейся внешней среды. На­против, оперативный режим управления малым предприятием, указывающий возможность существования, развития фирмы, главным об­разом с благоприятной внешней обстановкой, существенно повышает адаптационный потенциал малого бизнеса в пере­ходной экономике управленческой структуры, привлечения специалистов. Упрощенный менеджмент создает малой фирме опре­деленное преимущество, проявляющееся в гибком, быст­ром приспособлении к меняющимся требованиям и услови­ям, что особенно важно в неустойчивой, переходной ситу­ации. Выделение управленческих функций происходит на малом предприятии за счет персонификации их в узком кругу лиц и начинается, с учетно-бухгалтерской. Это объясняется запутанностью, усложненностью официальной бухгалтерии, необходимостью зачастую вести вторую, неофициальную. Показательно, что у предпринимателей-индивидуалов, платящих низкие на­логи, имеющих упрощенную форму отчетности, нет жалоб на сложность бухгалтерской работы и желания, объединив­шись, нанять профессионального бухгалтера.

 Основные решения почти всегда руководитель малого предприятия при­нимает единолично. Единоначалие имеет свои преимущества. Решения принимаются быстро, так как время на их обсуж­дение и согласование сведено к минимуму.Выполняется то, что задумано, решения не искажаются при их "трансляции". В случае удачи авторитет руководителя заметно повышается, что облегчает дальнейшее руковод­ство.

 Вместе с тем сосредоточение всей полноты власти в одних руках может обернуться барьером для развития биз­неса. При таком порядке управления значительно возраста­ет роль предпринимателя, его врожденных качеств, про­фессиональных знаний, субъективных установок. Не будет преувеличением сказать, что количество стабильно функ­ционирующих малых предприятий не может превышать, число людей, спо­собных к самостоятельной предпринимательской деятельно­сти.

 Единоначалие имеет и негативные последствия, при­чем даже в режиме оперативного управления предприяти­ем. Не подконтрольность руководителя провоцирует ошибоч­ные решения. Совершенные промахи, подрывая его авто­ритет, снижают "управляемость" работников, а в конечном счете — внутренний потенциал бизнеса.Еще опаснее авто­ритарный менеджмент, когда речь идет о принятии стратегических решений. Именно поэтому с увеличени­ем масштабов бизнеса, горизонтов внутрифирменного пла­нирования происходит усложнение структуры управления предприятием, размежевание прав собственности и контро­ля. В целом российские малые фирмы в вопросах целеполагания соответствуют рыночному стандарту. Из-за неразвитости рыноч­ных отношений, нестабильности внешней среды под этот стандарт зачастую попадает и более крупный бизнес. У ма­лых, средних и крупных предприятий сегодня есть общие проблемы, "разведенные" в ситуации благоприятной эконо­мической и политической конъюнктуры. Это сказывается на структуре, порядке разработки и реализации целей пред­приятия. Подчас возможность предвидеть и моделировать будущее в большей степени определяется не масштабом бизнеса, а его отраслевой принадлежностью. Даже неболь­шие торговые фирмы могут успешнее планировать деятель­ность на перспективу, чем средние, а то и крупные произ­водственные предприятия.

***1.4.4 Особенности менеджмента***

Простота организационной структуры, личное участие и заинтересованность руково­дителя во всех делах фирмы — одни из наиболее ярких отличий российского малого предприятия от крупного.

Специфика менедж­мента малой фирмы заключается в том, что руководитель может и вынужден принять на себя решение большинства проблем.

Возможность концентрации власти определяется самим масштабом бизнеса: рынки локальны, номенклатура мала, объем производства невелик, число партнеров огра­ничено, небольшой штат сотрудников позволяет всех дер­жать в поле зрения. Наряду с этим малому предприятию не свойственно, да и не нужно, принимать нестандартные управленческие ре­шения, кардинально меняющее ситуацию внутри фирмы и вне ее.

Следовательно, и нет потребности в управленцах — специалистах высокого класса. Для руководства малой фирмой доста­точно средней квалификации в сочетании с доступностью информации, консультационных услуг.

 Руководитель малого предприятия должен принять на себя всю полноту ответственности, так как услуги, профессионалов-управлен­цев стоят дорого. Выгода, которую может дать постоянно работающий профессионал, как правило, несоизмерима с затратами на его содержание.

Лишь когда фирма ориенти­рована на рост, на преодоление барьеров входа в группу предприятий, более крупного бизнеса, требования к управ­лению возрастают, появляется необходимость усилить ру­ководство за счет создания более сложной структуры.

***1.4.5 Особенности финансирования деятельности***

 Одно из, главных отличий малого предприятия от крупного предприятия — порядок финансирования, предполагающий использование в первую

очередь и главным образом внутренних источников: доходов фирмы, личных средств руководителя, средств родных, друзей. В условиях развитого рынка для малого предприятия существует еще один источник — банковский кредит, предоставляемый как непосредственно, так и в рамках специальных программ, с привлечением специализированных программ, специализи­рованных финансовых структур, при поддержке государ­ства.

 В сегодняшних российских условиях, как свидетельству­ют результаты всех опросов предпринимателей, возможность привлечения внешнего финансирования крайне ограничена. Чем хуже положение предприятия, тем эта возможность меньше. Кризисная ситуация, типичная для значительной части малых предприятий, носит застойный, подчас необратимый характер. Банковское кредитование малых фирм сведено к минимуму. Сокра­щается число предпринимателей, планирующих привлечь краткосрочный и долгосрочный банковские кредиты. Банки не устраивают небольшая величина запрашиваемых ссуд и - отсутствие гарантий их возврата. Предпринимателей отпу­гивают высокая ставка процента, короткий срок кредитова­ния, требование залога. Кроме того, пока сфера предпринимательства остается рискованной (включая и политический риск), нет стимула расширять деятельность, привлекая сред­ства извне. Прежде всего, это касается производства с его относительно меньшей ликвидностью.

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

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

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

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

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

 Ослабить, а тем более снять финансовые ограничения для малых предприятий без вмешательства государства невозможно. Речь идет не о беспрепятственной раздаче бюджетных средств всем желающим. К тому же совершенно необязательно (и даже с народнохозяйственной точки зрения вредно), чтобы из каждой микрофирмы выросло малое, среднее, крупное предприятие. Но, как показывает опыт промышленно раз­витых стран, стартовая финансовая поддержка — лучшее условие для расширения масштабов малого предпринима­тельства. Привлечение внешнего капитала к финансирова­нию перспективного бизнеса — залог поддержания оптималь­ной структуры экономики, эффективно сочетающей малые, средние и крупные предприятия. Решается эта задача как за счет прямой финансовой помощи государства, так и пу­тем создания механизмов, косвенно направляющих частный капитал, индивидуальные накопления на финансирование малых предприятий.

***1.4.6 Особенности трудовых отношений***

В рыночной эконо­мике для малого предприятия по сравнению с крупным характерна большая доля затрат живого труда на единицу продукции. Малые предприятия склонны к трудоемкой работе со средним и низким уровнем квалификации персонала. Поэтому, чтобы поддержать конкурентоспособность, малые предприятия вынуждены, с одной стороны, экономить на оплате труда, а с другой — ин­тенсифицировать труд работников. Решая первую задачу, предприниматели сталкиваются с трудностями при наборе высококвалифицированных кадров, что является несомнен­ным минусом для развития фирмы. Решая вторую, стремят­ся повысить степень вовлеченности работников в дела пред­приятия; создавая для этого особый тип внутрифирменных взаимоотношений — отношений членов большой семьи.

 Рыночная специфика решения кадровых вопросов при­суща и российским малым фирмам переходного периода. За небольшим исключением, суть которого в том, что, хотя дефицит тру­довых ресурсов руководители малых предприятий отмечают значительно чаще, чем директора крупных предприятий, его основная причина—не более низкая зарплата работников, а повы­шенные требования к трудоотдаче. По мнению предпринимателей, трудно найти того, кто стремится работать интен­сивно и добросовестно, предпочитая зарабатывать, а не получать. Это очевидное наследство плановой уравниловки не по карману небольшой фирме. Имея ограниченные ис­точники финансирования, малое предприятие не в состоянии содержать "лишних людей".

 Руководители малой фирмы четко сознают, что успех дела во многом определяется взаимоотношениями внутри фирмы как по линии руководитель—работник, так и между работника­ми. От Степени мотивированности работников к труду зави­сит возможность его интенсификации и, в конечном счете, потенциал предприятия. Наиболее действенный способ по­высить их заинтересованность в успехе фирмы — устано­вить тесный, неформальный контакт с руководителем, так как именно с ним в представлении работников отождествля­ются как. победы, так и поражения. Тогда, если предприниматель обладает даром сплотить, увлечь, повести за собой, появляется реальный шанс "переплавить" живой труд в фак­тор роста бизнеса.

 Тесные личностные отношения, руководителя малого предприятия и ра­ботников возможны, так как структура управления фирмы предельна упрощена. Это позволяет находить индивидуаль­ные стимулы, мотивы повышения производительности труда каждого работника. Их спектр широк: от угрозы лишить­ся работы, постоянного заработка до возможности самореа­лизации, вовлеченности в план предприятия. Гораздо ус­тойчивее те малые фирмы, где материальная заинтересованность со­четается с профессиональной, где работники рассчитывают на перспективу.

Дружеские отношения между работниками также не­обходимы для малого предприятия сих спецификой вынужденного совмеще­ния обязанностей. Наиболее жизнеспособны из них те, где каждый при необходимости готов заменить каждого. Некон­фликтные внутренние отношения — реальность большин­ства малых фирм: коллективы небольшие, изначально формируются из числа лично знакомых, проверенных опытом общей ра­боты. Большинство работают постоянно. Это принцип руко­водителей: не брать временных работников, для которых проблемы предприятия далеко не личное дело.

В целом в представлении большинства предпринимате­лей внутрифирменные отношения ассоциируются со стерео­типом "большой семьи", где глава — руководитель фирмы. В большой дружной семье не должно быть места сепара­тизму. Так считают предприниматели и крайне негативно оценивают возможность создания СТК, профсоюза. Неконт­ролируемые объединения работников, формальные или не­формальные, есть лишь на тех предприятиях, руководите­ли которых сумели использовать их в своих интересах. На­пример, привлекая неформальных лидеров к обсуждению проблем, перспектив бизнеса, тем самым усиливая вовле­ченность всего коллектива, поднимая уровень его мотиви­рованное. Или отдавая на откуп СТК принятие непопу­лярных решений — перевод на другую работу, сокращение заработка, увольнение.

 Реализовать принцип "большой семьи" несложно, так как дореформенный стереотип работника (а стереотипы по­ведения устойчивее условий, их порождающих) предпола­гал коллективизм, готовность к безвозмездной взаимопомо­щи, взаимовыручке.

Проблема заключается в том, что не­пременным атрибутом семейных отношений в коллективе считалась комфортная обстановка, где первое место зани­мало общение по интересам, а не трудовая деятельность.

 Уровень мотиваций к самореализации, карьерному росту был невысок. Работа на малом предприятии дает возможность и предполагает необходимость пересмотреть отношение к работе, прийти к выводу: "никто мне не должен".

Оптимальная ситуация, когда работник нацелен на карьерный рост, который отож­дествляется с ростом престижа фирмы.

Тесные отношения руководителей с работниками под­разумевают необходимость соблюдения их интересов, в час­тности, когда речь идет об оплате труда.

***1.4.7 Особенности налоговой политики государства по от­ношению к деятельности малого предприятия***

Важнейший инструмент государственного воздействия на предпринима­тельство в рыночной экономике — налоговая политика, вы­полняющая две основных функции: фискальную*,* связанную с необходимостью формирования доходов государственного и местных бюджетов, и стимулирующую*,* направленную на поддержку конкретных сфер деятельности, секторов, хо­зяйствующих субъектов. В российской экономике государ­ство прежде всего реализует фискальную функцию.

 С 1992г. во всех опросах представителей малого бизне­са в целом и его различных групп проблема налогообложе­ния прочно занимает первое место. Налоги, сужающие фи­нансовые возможности фирмы, — это болевая точка пред­принимателей и в развитых рыночных экономиках. Однако специфика российского малого бизнеса состоит в том, что проблема налогообложения отнюдь не исчерпывается непо­сильным налоговым бременем. Для российских предприни­мателей налоги — это "государственный рэкет", поскольку, собирая их, государство неудовлетворительно выполняет ряд своих функций. Руководители малых предприятий также подвергают крити­ке налоговую систему: механизмы и процедуру расчета и взимания налогов, как и работу налоговых ведомств и их персонала.

 Так, в результатах проведенного опроса 180 предпри­нимателей отмечается как чрезмерный налоговый пресс, так и частое изменение соответствующих законов и норматив­ных актов, нечеткость формулировок, сложность восприя­тия инструкций и нормативных документов, а особенно по­рочная практика введения их "задним числом". Обращалось внимание на зависимое положение малых фирм во взаимоотноше­ниях с налоговой инспекцией, работники которой монополи­зируют имевшуюся информацию, интерпретируют двусмыс­ленности законодательства в пользу бюджета, часто сами принимают ошибочные решения. Некоторые предпринима­тели обвиняли чиновников в предвзятом отношении к мало­му бизнесу.

 Эта характеристика относилась собственно к периоду становления налоговой системы, создаваемой на глазах у предпринимателей, которые к ней приспосабливаясь, вы­нуждены были нести сопутствующие издержки. Для начи­нающих предпринимателей преодоление названных проблем организационно-информационного плана всегда представляет организационные трудности.

 Материалы интервью показывают, что предпринимате­ли, хотя и рассматривают налоги как непосильные, посте­пенно к ним приспособились, выработали пути адаптации, уходя в теневую деятельность. Это подтверждается сравне­нием оценок остроты налогового бремени и экономического положения малого предприятия, данных их руководителями. Оказалось, что в 1999г. предприниматели, отметившие остроту налогового бремени, в среднем несколько хуже оценивали экономичес­кое положение своих малых предприятий. Однако во всех последующих опросах подобной связи оценок уже не наблюдалось. Эти же интервью показали, что примерно с начала 1995г. предпри­ниматели переместили основное острие своей критики на налоговую систему в целом.

 Негативные оценки разных сторон налоговой системы были получены по трем важнейшим аспектам: механизм налогообложения (сюда включены нестабильность налого­вой политики, сложность и нечеткость правил и процедур налогообложения, количество видов налогов); собственно ве­личина налогов; институциональный аспект (он включает вопросы, информационного обеспечения, организации работы налоговых служб, взаимоотношения с налоговыми ведомства­ми и отдельными чиновниками).

Что касается селективной функции налоговой полити­ки, то, как известно, малый бизнес имеет определенные льготы по налогу на прибыль, которые распространяются на малом предприятии в первые годы работы, а также в приоритетных ви­дах деятельности. По оценкам экспертов, данными льготами пользуются не более 30% малых фирм. Предоставляют налоговые льготы и региональные (местные) органы власти. В то же время налоговые льготы всегда лидируют в перечне пред­почитаемых руководителями мер государственной поддер­жки малого бизнеса: за эту меру высказались почти 83% предпринимателей во всероссийском опросе вне зависимос­ти от экономического положения предприятий. В опросе по региональным программам поддержки предпринимательства необходимость снижения уровня местных налогов отметили почти 63% респондентов. При этом каждый пятый предпри­ниматель посчитал реальным добиться снижения уровня этих налогов для своего предприятия, тогда как каждый второй придер­живался противоположного мнения.

***1.4.8 Качественные характеристики российского малого предприятия***

Используемые количественные критерии оп­ределения типа предприятия — это операционный инстру­мент, необходимый для проведения измерений, сопоставлений, прогнозов. Действующие параметры отнесения пред­приятий к разряду малых задавались без предварительного анализа, учета качественных особенностей малых предпри­ятий. Во многом поэтому российский малый бизнес вобрал в себя фирмы, относимые к категории средних в большин­стве промышленно развитых стран. Специфика малого предприятия в условиях рынка определяется его особенностями в таких сферах жизни, как целеполагание, менеджмент, финансирование, планирование выпуска, кадровая политика. Эти характери­стики предопределяют как преимущества, так и недостатки: предприятий относительно небольшого размера по сравне­нию с более крупным бизнесом в контексте решения конк­ретных управленческих задач. Их недостатки — объектив­ная основа возникновения барьеров для развития малого бизнеса, изначально присущих ему в развитом рынке или вызванных переходными условиями, а потому в принципе устранимых. Меры государственной поддержки должны быть направлены на преодоление барьеров, обусловленных не­развитостью рыночных отношений в нашей стране.

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

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

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

***1.4.9 Лизинг как форма кредитования малого бизнеса***

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

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

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

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

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

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

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

 С образованием в России семи федеральных округов появилась возможность разработки программ поддержки малого предпринимательства в рамках этих территориальных образований. Причем эти программы могут быть весьма эффективны, поскольку смогут обеспечить взаимодействие субъектов РФ в сфере малого бизнеса в масштабах федерального округа. Такое взаимодействие необходимо в связи с существенными различиями в социально-экономическом развитии отдельных регионов, а следовательно, и по числу малых предприятий.

 Во второй главе, занимающей большую часть работы, было обследовано действующее предприятие и его финансовое положение. В ходе работы было установлено реальное положение дел на предприятии; выявлены изменения в финансовом состоянии.

 Исследования показали, что деятельность предприятия финансируется за счет собственных средств. Баланс предприятия не считается в достаточной мере ликвидным. Произведенные расчеты оборачиваемости элементов текущих активов привели к выводу, что руководство предприятия не в достаточной мере использует имеющиеся резервы, т. к. изменение скорости оборота не отражает повышения производственно-технического потенциала предприятия.

 Нужно сказать, что необоснованно высокий уровень производственных запасов, значительно влияющий на общую оборачиваемость активов предприятия; негибкая политика расчетов с заказчиком и клиентом на условиях взаимной выгоды, предполагающей в частности систему скидок - все это говорит о неумелом управлении капиталом.

 На лицо тенденция к снижению финансовой устойчивости предприятия. В начале прошлого и в начале отчетного года финансовое состояние предприятия было неустойчивое. Это характеризуется нарушением платежеспособности, при которой сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств и увеличения собственных оборотных средств предприятия. Неустойчивое финансовое состояние является пограничным между нормальной (относительной) устойчивостью и кризисным финансовым состоянием. Но в отчетном году финансовое состояние предприятия ухудшилось и стало кризисным. В связи с этим предприятие находится на грани банкротства и денежные средства, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность не покрывают ее кредиторской задолженности и просроченных ссуд. Поэтому для стабилизации финансового состояния предприятия хотя бы до уровня прошлых лет предлагается провести следующие мероприятия:

- необходимо в первую очередь изменить отношение к управлению производством,

- осваивать новые методы и технику управления,

- усовершенствовать структуру управления,

- самосовершенствоваться и обучать персонал,

- совершенствовать кадровую политику,

- продумывать и тщательно планировать политику ценообразования,

- изыскивать резервы по снижению затрат на производство,

- активно заниматься планированием и прогнозированием управления финансов предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анискин Ю.П. Организация и управление в малом бизнесе: учебное пособие, 2001г.

2. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: учебник, 2002г.

3. Брюк Р. Калинкин Е.В. и др. Малый бизнес: выход из экстремальных ситуаций: учебное пособие, 2001г.

4. Бычков В.В. Организация малого предпринимательства: учебное пособие, 2003г.

5. Горобцова Л.П.,Краюхин Г.А., Кускова Т.А.,Ли И.В, Осипов Д.Т. Экономика предприятия. Ч.2. Ресурсы предприятия: учебное пособие, 2000г.

6. Грибов В.Д. Менеджмент в малом бизнесе: учебное пособие,1999г.

7. Крутик А.Б. Малое предпринимательство и бизнес - коммуникации: учебное пособие 1998 г.

8. Лапуста М.Г. Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство: учебное пособие, 2000г.

9. Муравьёв А.И., Игнатьев А.М., Крушик А.Б. Малый бизнес, экономика, организация, финансы: учебное пособие для вузов, 2002г.

10. Пелих А.С. Шепеленко Г.И. Малые предприятия: учебное пособие, 2003г.

11. Попов В.М. Мяпунов С.И. Практика малого бизнеса: учебное пособие, 2001г.

12. Сергеев И.В. Экономика предприятия: учебное пособие, 2001г.